

plovdiv
together
| 2019



ЕВРОПЕЙСКА СТОЛИЦА НА КУЛТУРАТА – ПЛОВДИВ ЗАЕДНО 2019

доклад

Пловдив 2016

СЪДЪРЖАНИЕ:

Увод	3
1. Контекст на проучването	4
1.1. Обща картина социално-икономическо и демографско състояние на градската общност	4
1.2. Местни политики за развитие на културата	7
1.3. Инициативата „Европейска столица на културата“ – трамплин за развитие	8
1.3.1. Титлата „Европейска столица на културата“	8
1.3.2. Европейска столица на културата – Пловдив Заедно 2019	11
2. Методология на изследването	17
2.1. Цел и фокус на проучването	17
2.2. Нормативна рамка	18
2.3. Методи на изследване	18
3. Създаване и потребление на културни събития и продукти	20
3.1. Културен календар на Европейска столица на културата – Пловдив Заедно 2019	20
3.2. Културен календар, културни събития и фестивали	22
3.2.1. Културен календар на град Пловдив	22
3.2.2. Културни събития и фестивали	27
3.2.3. Културни дейности на читалищата	35
4. Културно и образователно равнище, доброволчество	38
4.1. Училищно образование	38
4.1.1. Обучение в училищата по изкуства	38
4.1.2. Обучение по култура и културно наследство в общообразователните училища	39
4.2. Програми на висшите учебни заведения	40
4.3. Неформално образование	42
4.3.1. Модерна Академия за изкуства „Синдикат“	42
4.3.2. Образователна програма за съвременно изкуство на Фондация „Отворени изкуства“	42
4.3.3. Керамично ателие за деца в неравностойно обучение	43
4.3.4. Ателие за занаяти	43
4.4. Работа с доброволци	43
5. Медиен мониторинг	46
5.1. ФОРУМ 2019	46
5.2. ОФ Пловдив 2019 – уеб сайт и социални мрежи	48
5.3. Публикации в медиите	51
6. Културно наследство и туризъм, културни и творчески индустрии	57
6.1. Културно наследство и музеи	57
6.2. Библиотеки и библиотечни фондове	65
6.3. Културно наследство, култура и туризъм	67
6.4. Капана – квартал на творческите индустрии	72
6.4.1. Трансформиране на Капана в квартал на творческите индустрии	72
7. Основни принципи и политики	82
7.1. Хоризонтални принципи	82
7.3. Мерки за подобряване на средата и качеството на живот	83
8. Изводи и препоръки	86

Увод

Пловдив е градът в България, който спечели титлата Европейска столица на културата 2019 г. в съревнование с другите български градове кандидати София, Бургас, Велико Търново, Русе, Варна, Габрово, Шумен. Апликационната форма е разработена в периода 2011-2014 г. от екип на Общинска Фондация Пловдив 2019 с консултанти ACULTOS, Essen (Германия) и сътрудници. На 19 май, 2015 година Пловдив е официално обявен за Европейска столица на културата, а Фондация „Пловдив 2019“ стартира нова фаза на структуриране и изпълнение на проекта. Именно тази нова фаза от изпълнението на проекта „Пловдив – Заедно 2019“ е обект на мониторинг.

Той се осъществява от екип в състав:

Доц. д-р Красимира Кръстанова (изследовател, антропология на културата)

Доц. д-р Сийка Ковачева (изследовател, социология на културата)

Доц. д-р Станимир Кабаиванов (изследовател, икономика на културата)

На по-късен етап на работа към екипа са привлечени и:

Доц. д-р Юлия Джабарова (изследовател, маркетинг на културата)

Гл. ас. д-р Елица Стоилова (изследовател, културни организации и публики)

В проучването участват докторанти и студенти от Философско-историческия факултет на Пловдивски университет „Паисий Хилендарски“, както и доброволци:

Анелия Авджиева (докторска програма Социална антропология)

Антония Костадинова (магистърска програма Културен мениджмънт)

Васил Караджов (докторска програма Етнология)

Венцислав Милушев (магистърска програма Културен мениджмънт)

Виктор Бейнар (магистърска програма Културен мениджмънт)

Габриела Мерджанова (магистърска програма Социоанализа и междуличовешки отношения)

Гергана Мерджанова (бакалавърска програма Етнология)

Даниел Карагеоргиев (магистърска програма Културен мениджмънт)

Десислава Димитрова (административен сътрудник във ФИФ)

Десислава Заваринова (магистърска програма Културен мениджмънт)

Диана Станчева (магистърска програма Културен мениджмънт)

Женя Иванова (бакалавърска програма Етнология)

Зорница Станчева (магистърска програма Културен туризъм и културно проектиране)

Йорданка Иванчева (магистърска програма Управление на културното наследство)

Маргарет Добрева (магистърска програма Културен мениджмънт)

Мария Славчева (докторска Социална антропология)

Надежда Джамбова (магистърска програма Културен туризъм и културно проектиране)

Надя Ковачева (магистърска програма Културен мениджмънт)

Нели Благова (магистърска програма Културен мениджмънт)

Светослава Манчева (докторска програма Социална антропология)

Свобода Стоева (докторска програма Социална антропология)

Бекир Челик (доброволец, Сдружение „Обединени млади граждани“)

Привличането на екип от изследователи, докторанти и студенти от Пловдивския университет дава възможност за по-широко проучване на културните процеси в града, но също и за изграждане на съпричастност към каузата „Пловдив 2019“ сред младите хора.

Проучването има за цел да представи новото структуриране и изпълнение на проекта в контекста на културното, социално-икономическото и демографското състояние на градската общност, което жалонира потребностите от промяна, чийто инструмент е брандът „Европейска столица на културата 2019“. Използвайки публикувани материали, статистически данни и емпирични проучвания, изследването си поставя за задача да направи моментната снимка, която да служи като база за сравнение в следващите години. Анализът на локално равнище, но в национална и международна перспектива, ще позволи да се излявят залозите и представят аргументи за избора и следването на определени културни политики от страна на Фондация Пловдив 2019 и града, както и да се изтъкнат ползите от прилагането на културата като ресурс за градско развитие.

1. Контекст на проучването

1.1. Обща картина на социално-икономическото и демографското състояние на градската общност

Социално-икономическото и демографско състояние на град Пловдив е обект на обсъждане в редица стратегически документи, разработени от национални и местни институции¹. Тук нямаме за цел да поставяме на преден план тези въпроси, а само да очертаем най-общо контекста, в който се осъществява голямата културна инициатива Пловдив – Европейска столица на културата 2019.

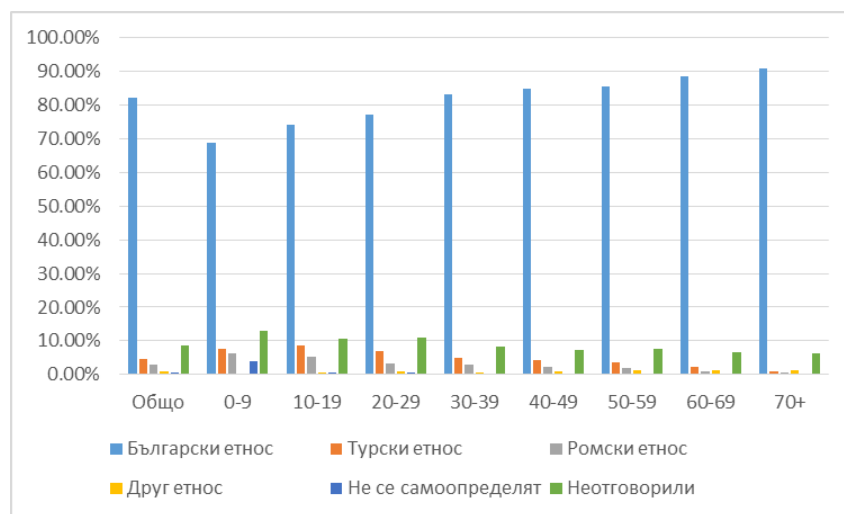
В Националната концепция за пространствено развитие 2013-2025 г.² Пловдив е класифициран като град от второ йерархично ниво (по европейската класификация ESPON), което го определя като град с национално значение за територията на районите. Тази характеристика се основава на множество показатели за: население, икономически функции и конкурентоспособност, функции в сферите на висшето образование, здравеопазването и социалните услуги и в сферата на културата. Градът доминира в региона и страната като значим университетски, икономически, социален, здравен и културен център. Той е вторият по големина град в България. По данни на НСИ към 31 декември 2014 г. неговото население се изчислява на 341 567 души, което представлява около 4,6% от населението на страната. Анализът, представен в Общинския план за развитие на Община Пловдив 2014-2020 г., показва тенденцията за стабилизиране на демографските показатели, забавяне на намаляването на

¹ Общински план за развитие на Община Пловдив 2014-2020; Интегриран план за възстановяване и градско развитие на Община Пловдив 2013; Областна стратегия за развитие на област Пловдив 2014-2020; Културна стратегия на Община Пловдив 2014-2024;

² Националната концепция за пространствено развитие 2013-2025 г., с. 32-41

населението, а през последните години се забелязва естествен и механичен прираст³. Градът е сравнително по-млад от населението на страната като цяло. Младите хора на 15-29 г. са 20%, докато този дял в страната като цяло е 17%.

Етничната идентичност е една от важните характеристики на населението, защото влияе както върху възпроизводството, така и върху трудовата активност и общественото поведение. Пловдив е мултикултурен град, в който живеят различни общности – българи, турци, арменци, евреи, роми и др. Според преброяването от 2011 година 90% от населението са се самоопределили като етнически българи, 5% - етнически турци и 3% като роми. Останалите етнически групи съставляват 1% от населението на града. По религиозна принадлежност 84% се самоопределят като православни християни, по 1% – като католици и протестанти и 8% – като мюсюлмани.



Фигура 1. Етнодемографска характеристика на населението на гр. Пловдив (Източник НСИ)

Макар не всички етнични и религиозни групи да са детайлно отразени статистически, в града съществуват съвместно голям брой религии: източноправославна, арменска апостолическа църква, католическа, униатска, на различни протестантски деноминации, мюсюлманска, юдаизъм. Всички те са допринесли за формиране на богатото материално и нематериално културно наследство и на модела на социално взаимодействие на градската общност. Културно-историческото наследство на града носи характеристиките и прави видимо съвместното съществуване на различни цивилизации и култури през вековете и се превръща в негова своеобразна марка.

Степента на образованост е един от важните показатели, характеризиращи възможностите на общността за развитие и качество на живот. Състоянието на образователната структура на населението има значение за развитието на града, тъй като от нея до голяма степен зависи мобилността му на пазара на труда, гарантираща по-добро заплащане и поддържане на по-добро качество на живот и по-висок жизнен

³ Общински план за развитие на Община Пловдив 2014-2020, с. 40-45

стандарт. Населението на града е по-образовано, спрямо общото за страната: в града 28% са с висше образование, 46% - със средно и 15% с основно; незавършилите училище – 5% са само с начално образование и 1% не са ходили на училище. При сравнение с данните от Държавното бюро по труда става ясно, че безработните, които са на възраст до 29 г., са 20%, а от тях 46% са с основно, начално или без образование, а 56% не притежават квалификация. Като се има предвид, че е налице взаимовръзка между характеристиките на образователната и етничната структура, става ясно, че това определя и изключването от пазара на труда. Две от основните етнически групи – ромската и турската – се отличават с по-неблагоприятна образователна структура. Те се определят като рискови групи, застрашени в по-голяма степен от „капана на бедността“. Това застрашава тези групи от маргинализиране и може да се превърне в източник на конфликти.

Със „Закона за териториалното деление на столичната община и големите градове“ се урежда тяхното териториално деление. На това законово основание в територията на Пловдив се включват землищата на Пловдив и на кварталите Коматеве и Прослав, а в самия град се създават 6 района – „Централен“, „Източен“, „Западен“, „Северен“, „Южен“ и „Тракия“. В източната част на града се намира най-голямото ромско гето на Балканите⁴, където условията са трудни, а голяма част от жителите са изключени от трудовия пазар, както и от социалния и културния живот на града. Именно културата може да бъде онази база, която да подпомогне преодоляването на социални кризи и конфликти и създаване на добра образователна и икономическа среда за ограничаване на маргинализацията на подобни групи.

Културата играе важна роля за социалното и икономическото развитие на обществото. В „Съобщение относно Европейската програма за култура в глобализиращия се свят“ се подчертава преимуществото на културата за изграждане на свят, основаващ се на знанието. В него се обръща внимание на ролята ѝ да подпомага изграждането и поддържането на едно интегриращо общество и да допринесе за борбата против бедността и социалното изолиране. Европейският културен сектор стимулира икономическите дейности и трудовата заетост на територията на целия ЕС. Затова Европейската комисия подкрепя формиране на културни политики на регионално, национално и местно равнище: *„Държавите-членки ще се насърчават да приобщят напълно местните и регионални органи и заинтересованите от културата страни в национален мащаб, в процеса на последващ контрол и описване в националните доклади на начин на тяхното участие“*⁵. Именно културните политики са способни да съдействат за създаване на база за съвместен живот, подпомагайки въвеждането на общи ценности в обществото и осъществяването на социални и икономически програми на местните власти. Културните политики могат да

⁴ Повече информация върху ромския проблем в Европа, на Балканите и България вж. William Bartlett, Roberta Benini, Claire Gordon. Measures to promote the situation of Roma EU citizens in the European Union http://www.edumigrom.eu/sites/default/files/field_attachment/news/node-23213/Romareview_2011_1.pdf

⁵ Съобщение относно Европейска програма за култура в глобализиращия се свят http://sic.mfa.government.bg/images/content/1167/com_2007_242_bg_acte_f.pdf

бъдат насочени към разширяване на достъпа до култура, заздравяване на социалната тъкан и повишаване на качеството на живот.

1.2. Местни политики за развитие на културата

Пловдив е един от малкото градове в България, които стъпват на дългосрочна стратегия за развитие на културата за периода 2014-2024 г⁶. Това произтича от осъзнаването на нейната роля за устойчиво развитие както в социален, така и в икономически план. Вниманието към развитието на културата е продиктувано и от нейното място като фактор за повишаване на качеството на живот на гражданите. Културната стратегия на Община Пловдив 2014-2024 г. е дългосрочен документ със срок на въздействие от 10 години. Тя е разработена след проучване на културната ситуация и културната инфраструктура на град Пловдив и след две предварителни публични обсъждания.

Културната стратегия на Община Пловдив предлага обща рамка и насоки за развитието на секторите на културата и творчеството в период на динамично културно обновление на града. На основата на събраните данни и наблюдения са направени анализи на степента на въздействие на Стратегията в основни области на културния живот, които включват:

- Влияние на средата върху изпълнението на стратегията
- Обогащане на културната идентичност
- Образование в областта на културата и изкуствата
- Културни и творчески индустрии
- Културен туризъм

Принципите, на които се основава културната стратегия, са: общуване, приобщаване, обновяване. Те се приемат не само в буквалния смисъл, но носят по-широките значения на обмен между хора и общности, идеи и ценности, традиции и нови технологии между интра- и инфраструктурни полета в обществото, културата, икономиката, политиката. Върху тези принципи почиват основните приоритети, които са насочени към образованието и развитието на публиката, децентрализацията и пълноценната реализация на културата като трансформиращ и спойващ елемент, обновяване на културното наследство, обръщане към новите технологии и комуникации, породено от желанието за използване на културата като ускоряващ фактор на творчество и разширяване на достъпа до културния процес.

Стратегическите приоритети се намират във взаимна зависимост, за да се постигне синергия, даваща тласък на развитието на обществото чрез култура. Заложените принципи, приоритети и цели на културната стратегия са съобразени с

⁶ Културна стратегия на Община Пловдив 2014-2024 г. <http://www.plovdiv.bg/wp-content/uploads/2014/08/%D0%BA%D1%83%D0%BB%D1%82%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%B0-%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D0%B8%D1%8F-%D0%9E%D0%B1%D1%89%D0%B8%D0%BD%D0%B0-%D0%9F%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%B4%D0%B8%D0%B2-2014-2024.pdf>

горизонталните политики на Европейския съюз и отговарят на програмите и политиките за насърчаване на културните дейности в Европа. Прилагането на такъв подход приобщава местните към европейските културни политики.

Новите подходи към културата я разглеждат като фактор за развитие на творческия потенциал на гражданите, като средство за трансформация на средата (икономическа, социална, териториална, интелектуална и т.н.) и за постигане на качеството на живот. Ролята на културните политики се насочват към спояване на социалната тъкан и промени на градската среда. В това отношение Община Пловдив има проактивна политика, която се изразява както с нарастването на бюджета за култура, така и със създаването на среда и подкрепата на инициативи за прилагане на нови технологии и иновативни практики.

Културната стратегия се изпълнява в сложните условия на период на икономическа криза и социална трансформация. България все още няма официална стратегия за развитие на културата и националните политики по отношение на нея са частично изразени в законови и нормативни актове, както и в анализи и публикации на изследователи на културата. Основа за формиране на културните политики са както правната рамка на България, така и европейските документи и опит, които се отнасят до развитие на културата, съхраняване и социализиране на културното наследство. Важно място заема и опитът на Пловдив при подготовката за кандидатурата на града за Европейска столица на културата през 2019, както и спечелването на тази титла. Това концентрира гражданска енергия и постоянно целенасочено се натрупват умения за управление и развитие на културата.

1.3. Инициативата „Европейска столица на културата“ – трамплин за развитие

1.3.1. Титлата „Европейска столица на културата“

Титлата „Европейска столица на културата“ е създадена през 1985 г. с решение на Съвета на Министрите на Европейския съюз по предложение на гръцкия министър на културата Мелина Меркури и подкрепена от френския министър на културата Джек Ланг⁷. Две години по-късно Атина става първият град, придобил тази престижна титла. В началото наименованието на инициативата е „Европейски град на културата“, а целта е, представяйки културата в своето историческо развитие и съвременно състояние, европейските граждани да се опознават и сближават. През 1990 г. Министрите на културата на Европейския съюз вземат решение в избора за европейски град на културата да вземат участие и страни извън политическото обединение. Тогава към „Европейски месец на културата“ е учредена проявата „Съпътстваща столица на културата“, каквато беше Пловдив, избран паралелно с Ваймар, Германия за 1999 г.

⁷ Официален сайт на Европейската комисия European Capitals of Culture http://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/actions/capitals-culture_en.htm; European Capitals of Culture more 30 than years http://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/documents/ecoc-fact-sheet_en.pdf; Les capitales europeennes de la culture <http://www.touteleurope.eu/les-politiques-europeennes/culture/synthese/les-capitales-europeennes-de-la-culture.html>; Karine Hurel et Patrick Poncet. Des villes capitales pour l'Europe. 2009 ; Любомир Кутин. Европейски столици на културата 1985-2009. НИРА Комюникейшънс, Варна 2010

През същата 1999 г. проявата се преименува на „Европейска столица на културата“⁸ и започва да играе роля на единен инструмент за финансиране и програмиране на културното сътрудничество. Неговата цел е указана в чл. 1: „*да подчертава богатството и разнообразието на европейските култури и техните общи черти, както и да насърчава по-доброто взаимно опознаване между европейските граждани*“⁹. Тогава се въвеждат ясни критерии за избор на града домакин, които са описани в чл. 3 на същия документ, и включват показатели, като: да открие художествените движения и стилове, споделяни от европейците, да насърчи събития, които включват активни в културата хора от други градове в държавите-членки и които водят до трайно културно сътрудничество, да поощри движението им в рамките на Европейския съюз, да подкрепи и развие творческата работа, която е същностен елемент от която и да е културна политика, да осигури мобилизирането и участието на големи групи от населението и, като следствие, общественото влияние на действието и неговата продължителност отвъд годината на събитията, да поощри приемането на Съюза от гражданите, както и възможно най-широкото разпространение на различните събития, да насърчи диалога между европейските култури и културите от други части на света и, в този дух, да подобри откритостта за и разбирането на другите, което е основна културна ценност, да използва историческото наследство, градската архитектура и качеството на живот в града.

През 2004 г. Робърт Палмър предава доклад на Европейската комисия за „Европейските градове и столици на културата 1995-2004 г.“¹⁰, в който обръща внимание на факта, че повечето от градовете си поставят множество цели, съобразени с нуждите да се развие международен профил на града и региона, да се създаде такава програма за културни дейности и артистични събития, която да привлече посетители, да изтъкне гордостта на града и да обогати образа, който той вече притежава.

Почти 10 години по-късно Главната дирекция за вътрешни политики, Департаментът за структурни политики и кохезия поръчва изследване за стратегиите за успех на градовете и дългосрочното въздействие на инициативата „Европейска столица на културата“¹¹. Авторите Беатрис Гарсиа и Тамсин Кокс посочват, че избраните градове следват все по-амбициозни цели и сред документираните следствия могат да се отбележат няколко основни:

- Културни въздействия по отношение на образа на града – програмата може да допринесе чувствително върху включването на града в широка мрежа, изградена от нови сътрудничества, създаване на нови дейности, основани на

⁸ Решение 1419/1999/ЕО на Европейския Парламент и на Съвета от 25 май 1999 година за установяване на действията на Общността за събитието „Европейска столица на културата“ за годините от 2005 до 2019 <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/BG/TXT/PDF/?uri=CELEX:31999D1419&from=BG>

⁹ Пак там, с. 56

¹⁰ European Cities and Capitals of Culture - City Reports Study Prepared for the European Commission, Part II August 2004, p. 8 http://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/actions/documents/ecoc/cap-part2_en.pdf

¹¹ Beatriz Garcia, Tamsin Cox. Capitales européennes de la Culture: Stratégies de réussite et Retombées à long terme. IP/B/CULT/IC/2012-082 Novembre 2013 http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2013/513985/IPOL-CULT_ET%282013%29513985_FR.pdf

предприемчивостта и капацитета на културния сектор. Градовете, които са били по-малко известни, обновяват своя образ и се позиционират като известни културни центрове.

- Социални въздействия – най-положителното следствие от програмата се отнася до начина, по който жителите възприемат своя град с чувство на гордост. Сред другите ефекти се отбелязва разнообразяването или разширяването на публиките по време на проявата.
- Икономически ползи – за по-голямата част от градовете провеждането на Европейската столица на културата въздейства съвсем непосредствено и средносрочно върху тенденцията за развитие на туристическия сектор, което може да има значими последици за икономиката на града.

Макар да е трудно да се изброят всички ползи, следва да се обърне внимание на участието на гражданите чрез привличането на доброволци или стажанти. Друга важна посока е европейското измерение, което може да доведе до забележителни успехи.

Освен значима културна проява със силно изразена социална насоченост, която допринася за увеличаване на ефективността на социалните политики и социалното приобщаване, Европейската столица на културата започва все по-активно да играе ролята на бранд, оказващ влияние върху развитието на градовете и техните периферии. Това мнение е ясно изразено от Андрула Василиу, еврокомисар по образование, култура, многоезичие и политика за младежта¹². Тя подчертава, че макар ролята на културата да не се свежда само до нейната икономическа функция, то не може да се отрече нито приносът ѝ за растеж и откриване на нови работни места, нито нейният икономически потенциал за развитието на Европа. В Европейския съюз културните и творческите сектори съставляват до 4,5% от БВП и наемат милиони хора. Все по-очевидно е, че това дава възможност за ускоряване на местното и регионално развитие, позволява да се появят нови икономически дейности и да се създадат нови работни места.

Европейските столици на културата са също отличен пример за приноса на културата за икономиката и обществото. Благодарение на бранда те имат добри постижения за града и неговата периферия по отношение на растежа и заетостта. Като пример тя посочва, че градовете, станали Европейска столица на културата, които инвестират в култура, могат да получат значителни икономически ползи. Целенасочената работа позволява замрелите индустриални зони да се трансформират и да им се придаде нова функция, което отваря нови работни места в областта на културните и творческите индустрии¹³. Трайно положително въздействие може да има

¹² Androulla Vassiliou. Culture, economic development and the European Capitals of Culture http://europa.eu/rapid/press-release_SPEECH-13-884_en.htm

¹³ В текста се дават конкретни примери за икономическото въздействие на бранда „Европейска столица на културата“: Най-често средният брой на реализираните нощувки в такива градове се увеличава с около 12% в сравнение с предходната година. Но това число достига до 20% в Ливърпул през 2008 г., или

само тогава, когато инициативата „Европейска столица на културата“ се превърне в дългосрочна стратегия за развитие града на основата на културата.

1.3.2. Европейска столица на културата – Пловдив Заедно 2019

С решение № 1419/1999/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 24 октомври 2006 година за установяване на действията на Общността „Европейска столица на културата“ за годините 2007—2019¹⁴ за първи път се споменава името на България заедно с това на Италия за участие в събитието „Европейска столица на културата“. През 2010 г. е създаден Граждански инициативен комитет, а през 2011 г. с решение на Общински съвет – Пловдив е учредена неправителствена организация с идеална цел Общинска фондация Пловдив 2019¹⁵. Тя подготви кандидатурата и избиране на Пловдив за Европейска столица на културата, а сега работи върху структуриране и изпълнение на проекта, описан в апликационната книга. Фондацията се ръководи от 9-членен Управителен съвет, Изпълнителен директор и Артистичен директор (в настоящия момент те са двама). Към нея функционират Обществен съвет, председателстван от кмета на Община Пловдив, и Контролен съвет, който осъществява надзор върху дейността на организацията.

Основната концепция на проекта на Фондация Пловдив 2019 е резюмирана в слогана „Пловдив Заедно“. В нея е залегнало разбирането, че както подготовката за титлата, така и изпълнението на проекта следва да се осъществява от гражданите на Пловдив като общност и всички дейности в нея да са насочени към повишаване качеството на общуването и разширяване границите на тази общност, включвайки различни социални групи. Тази стратегическа насока е иновативна за България още при формулирането ѝ, защото в условията на либерализация на икономиката и политическия живот на страната през последните 25 години стремежът към изграждане на общности е пренебрегван и множеството социологически изследвания показват спад в приемането на ценности като солидарност и междуличностно доверие¹⁶. Тя ще има и голям социален ефект върху социалното сцепление, благополучието на пловдивчани и качеството на техния живот.

дори 27% в град като Сибиу през 2007 г. и Печ през 2010 година. В Лил, например, всяко евро вложено публично във връзка със статута на европейска столица на културата, е донесло приход от 8 евро. Брандът „Европейска столица на културата“ се свързва тясно с развитието на територията, което дава възможност на замрелите индустриални зони да се трансформират и придобият нови функции. Подобна трансформация на мините позволява на Есен да има над 23 000 работни места за дейности в областта на културните и творческите индустрии през 2010 г.

¹⁴ Решение № 1419/1999/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 24 октомври 2006 година за установяване на действията на Общността „Европейска столица на културата“ за годините 2007—2019 <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:32006D1622&from=FR>

¹⁵ Интервю на Манол Пейков за в-к Дневник http://www.dnevnik.bg/analizi/2014/09/16/2381809_zashto_specheli_plovdiv/; Сайт на Фондация Пловдив 2019 <http://plovdiv2019.eu/>

¹⁶ Николай Тилкиджиев. „Доверие и благополучие“, В: Тилкиджиев, Н. и Л. Димова (съст.). Благополучие и доверие: България в Европа? Сравнителен анализ по Европейското социално изследване (ESS) – 2006/2009. София: Изток-Запад, 2010; Пепка Бояджиева. „Доверието – невидимата ос на обществото“, Във: Фотев, Г. (ред.) Европейските ценности в днешното българско общество. София: УИ „Св. К.

Същевременно стратегията към превръщането на населението на града в единна културна общност със своя собствена идентичност и чувство на принадлежност е много амбициозна задача, която изисква целенасочени действия и съвкупност от многообразни ресурси, не всички от които зависят от дейността на фондацията или само от фактори в областта на културата. В града живеят много различни етнически групи със своя културна специфика и различен икономически статус. Има високи доходни и други социални различия между домакинствата. Съществуват различни пречки пред участието в публичния живот на групите със специфични физически и ментални потребности. Макар че в страната има традиция на всеотдайна междупоколенческа подкрепа, промените в ценностите и различията в стиловете на живот между прародители, родители и деца, както и нарасналата мобилност на населението, създават проблеми за междупоколенческата солидарност. Културните дейности и участието на хора с различен социален статус, на доброволци и/или стажанти са подходящ инструмент за създаване на общност, но пред тази цел стоят препятствия, свързани основно със социални нагласи. Това е предизвикателство пред екипа, още повече, че се наблюдава затруднената връзка на сътрудничество между институциите от различни сектори, остаряващата инфраструктура и спад на културното потребление, особено сред младото поколение. Изследванията на младежта отчитат известен спад на културно потребление, особено в т. нар. „висока култура“, но това се отнася преди всичко за по-малките населени места, където училището е отстъпило от своята възпитаваща функция¹⁷. В Пловдив съществува развита инфраструктура от образователни институции, вкл. и такива в областта на културата и изкуството, което предполага създаването на една по-активна и знаеща публика, както и формирането на млади творци. Задълбочаването на сътрудничеството между образователните институции, творческия сектор и неправителствените организации с медиацията на ОФ Пловдив 2019 би дало положителни резултати за активно гражданско участие. Колкото и да са противоречиви оценките за резултатността на гражданското участие във формиране и реализиране на политики, включително и културни политики¹⁸, прилагането на този подход (participative approach) може да съдейства за промяна на средата и постигането на по-широка демократизация на културния процес.

Програмата е структурирана около четири платформи, които търсят решение на основни проблеми на градската общност:

- ТРАНСФОРМИРАНЕ, включваща клъстерите „Градски мечти“, „Образовай се“, „Река на въображението“
- СЛИВАНЕ, включваща клъстерите „Махала“, „Красавицата и Изтока“, „РегионалЕ“

Охридски” 2009; Петър-Емил Митев и Сийка Ковачева. Младите хора в европейска България. Социологически портрет. София: Фондация Фридрих Еберт (същата и на английски) 2014

¹⁷ Петър-Емил Митев и Сийка Ковачева. Цит. Съч.

¹⁸ Райна Гаврилова. Гражданско участие и културни политики. – В: Публични политики.bg, год. 4, бр. 1, септември 2013, 18-34

- ВЪЗРАЖДАНЕ, включваща „Културата среща хората“, „Машината на времето“, „Изкуство за забравеното бъдеще“
- РЕЛАКС, включваща клъстерите „Айляшки град“, „ЕУритмика“, „Раздвижи града“

Четири платформи с 12 клъстера и над 55 проекта обединяват множество местни, национални, европейски (вкл. балкански) и световни културни и образователни институции, държавни, местни и неправителствени организации и частни културни оператори в широка партньорска мрежа за осъществяване мултижанрови събития с високо качество в творчески план и развитие на културните и творческите индустрии; със сериозни задачи за изграждане на капацитет и нови публики, за повишаване на качеството на културните продукти; с мащабни цели за разширяване не само на достъпа до култура, но и до участието в културния процес, социално сплотяване, изграждане на стабилна културна идентичност и привлекателен образ на Пловдив, повишаване на качеството на живот.

Заедно с това се предвижда програма за изграждане на капацитет и стратегия за развитие на публиките SABADPLO, която поставя на преден план работата с училища и млади хора. Целта на тези проекти е да развият потенциала, уменията, процесите и ресурсите на местните и регионалните организации. За засилване на очаквания ефект в посока формиране на европейска идентичност, фондацията е предвидила дейности за включване в програмите „Творческа Европа“, „Еразъм+“, „Заетост и социални иновации“, „Екологично действие“ и др. Подготовката и изпълнението залагат на иновативни подходи, чрез които културата се превръща в стратегия и инструмент за устойчиво развитие на градската общност, което се основава на участие в нови културни и социални дейности, усвояване и споделяне на ценности, личностно развитие чрез придобиване нов опит и умения и способност за постигане на общи цели, свързани с цялостното развитие на града.

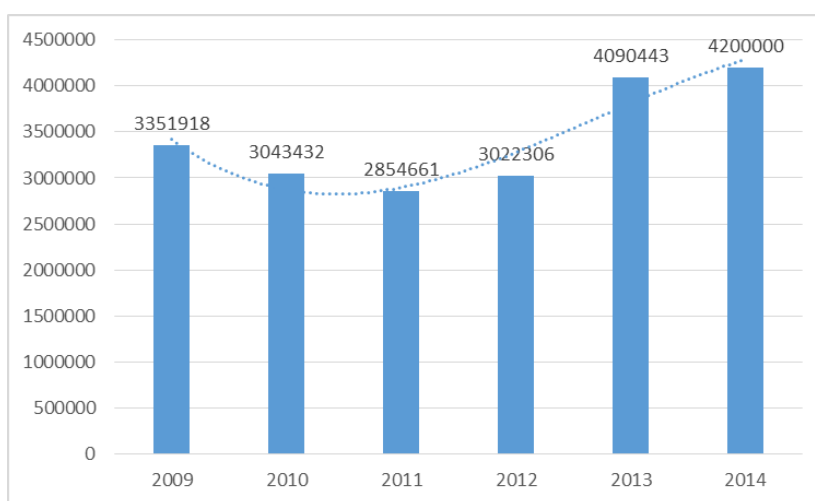
Проектът стъпва на разгърнатата документална база в областта на културата, икономиката и социалните аспекти на общностен живот. Приоритетите и конкретните задачи са съгласувани с Общинския план за развитие на Община Пловдив за 2014-2020, Културната стратегия на Община Пловдив за периода 2014-2024, Стратегията и плана за устойчивото развитие на туризма в община Пловдив за периода 2014-2020 г., Областен план за развитие на област Пловдив, както и национални и европейски документи, отнасящи се към културните политики. Като цяло проектът се вписва добре в дългосрочното развитие на града и сам цели да се превърне в катализатор, както на секторите на изкуството, туризма, културно-историческото наследство и културните и творчески индустрии, така и на социалното и икономическото развитие на града.

С решение на Общинския съвет от 01.08.2013 г. се подкрепя инициативата „Европейска столица на културата“. През този период се приемат стратегии, отделят се средства за подпомагане на икономическия, културния и туристическия сектори, а за културния сектор се гласуват 7.3 милиона евро за периода 2014-2020 г.

Анализът на финансовите параметри, свързани с кандидатурата и изборът на Пловдив за Европейска столица на културата през 2019 година, може да бъде разделен на две части:

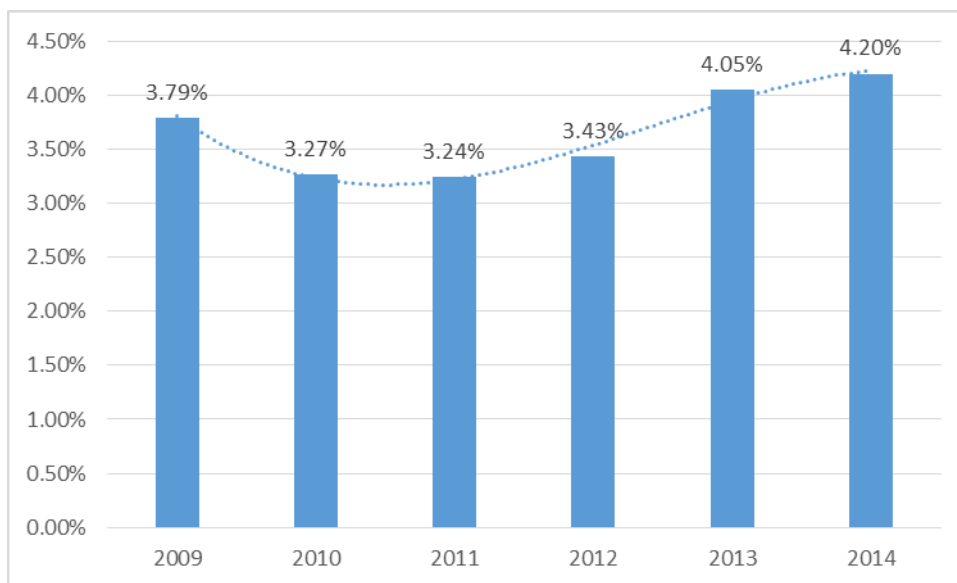
- Изследване на общите разходи свързани с културни дейности, без да се отчитат усилията свързани изрично с кандидатурата;
- Изследване на обема и начините на използване на средствата отделени специално за подготовка и реализиране на „Европейска столица на културата“.

Динамиката на разходите свързани с културни дейности за град Пловдив е представена на Фигура 2 и Фигура 3 и ясно показва, че от 2011 година насам нарастват както абсолютния размер на отделените средства, така и техният относителен дял в общия бюджет на града.



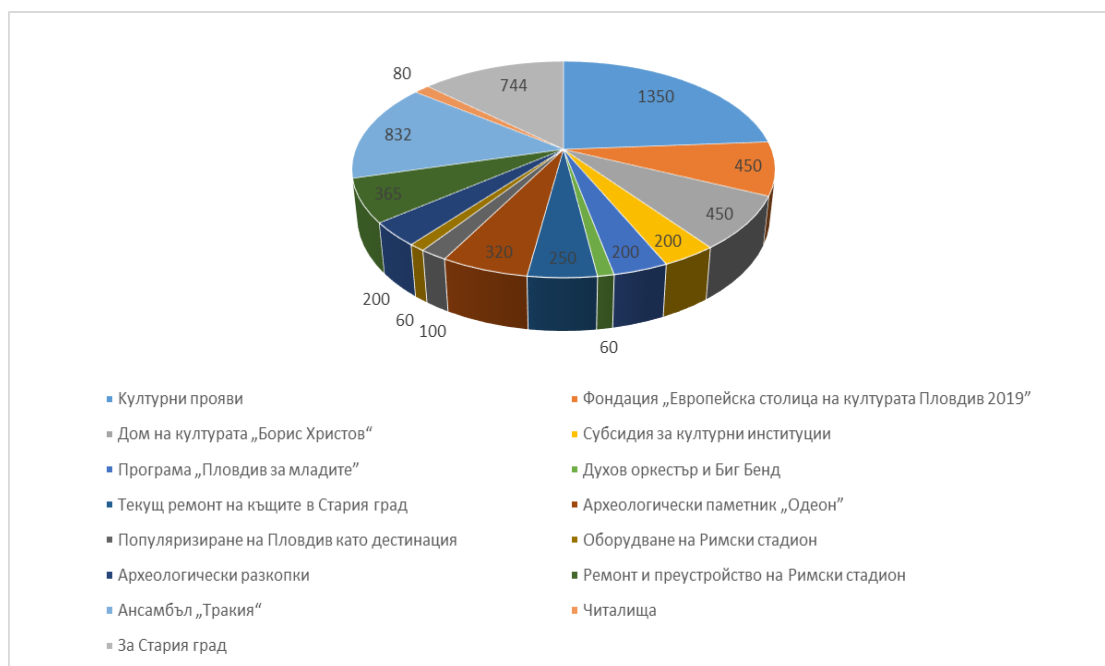
Фигура 2. Разходи за култура в в периода 2009-2014 година за град Пловдив в абсолютна стойност

Относителният дял на разходите показва, че културните дейности са сред един от приоритетите при управлението на града. Това се подкрепя и от факта, че важна част от капиталовите разходи се гласуват в допълнение към посочените суми, а големи културни институции в града (като например Държавна опера, Археологически, Исторически, Природонаучен музей и др.) получават допълнително централизирано финансиране. Това позволява от една страна да бъдат финансово осигурени повече културни дейности и проекти, а от друга – по-голяма част от местните средства да бъдат използвани целево за решаване на конкретни проблеми.



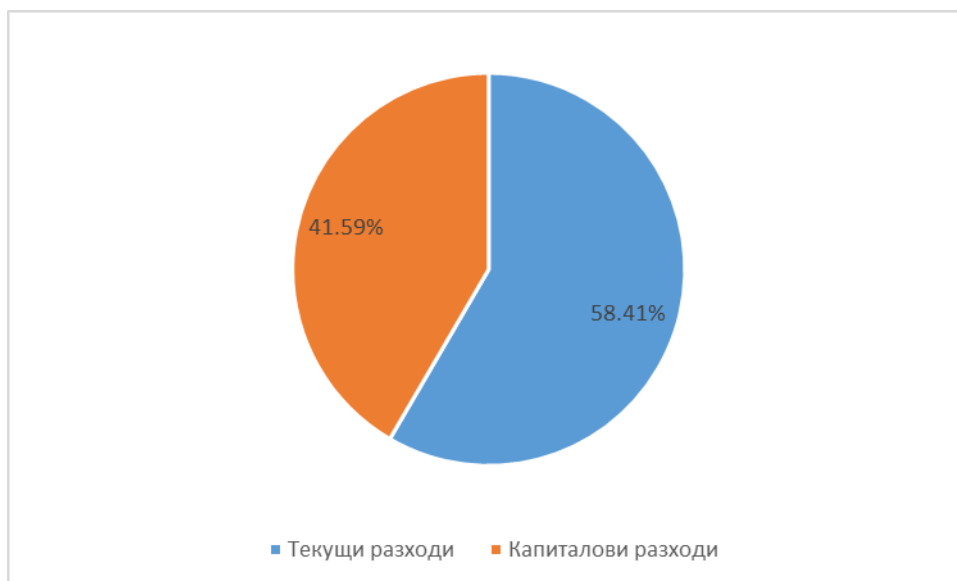
Фигура 3. Процент на разходите за култура спрямо общия бюджет на град Пловдив за периода 2009-2014

Разходите за култура в бюджета на общината се разпределят по следния начин:



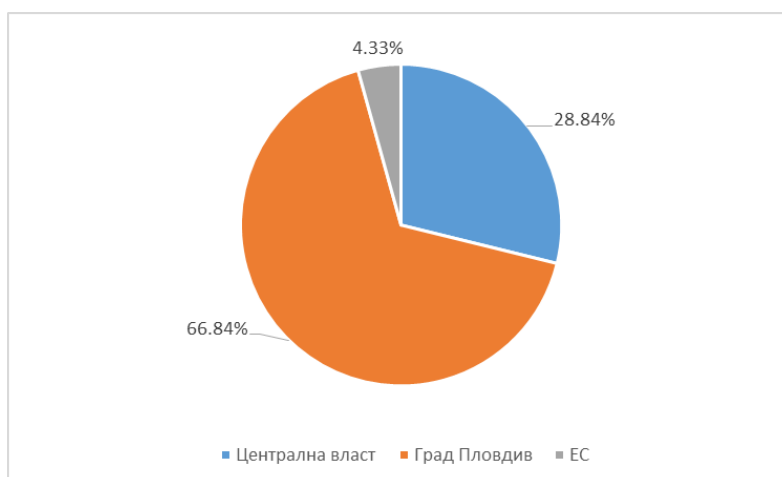
Фигура 4. Разпределение на разходите за култура в хиляди лева

Заложените в кандидатурата за Европейска столица на културата средства от местния бюджет са 7 300 000 евро за текущи и 15 877 638 евро за капиталови разходи, като планираното разпределение на общите средства е представено на Фигура 4 и Фигура 5.



Фигура 5. Разпределение на планираните разходи за Европейска столица на културата 2019

Високият процент на заложените капиталови разходи, както и тяхната абсолютна сума от почти 16 милиона евро, позволяват да се реализира сериозно обновяване и разширяване на културната инфраструктура (57.2% от предвидените средства са насочените към обновяване на съществуващата културна инфраструктура и изграждането на нова). Ефектите от това се разпростират отвъд планирания период и ще оказват положителен ефект върху развитието на културния живот на града и след 2019 година.



Фигура 6. Източници на финансиране на Европейска столица на културата 2019

При източниците на финансиране се наблюдават две тенденции:

- Над 2/3 от финансирането е осигурено от местната власт и само 4.3% са планирани като средства осигурени от Европейския съюз;
- Финансирането е осигурено почти изключително с публични средства (с дял от 90.8% в общото финансиране), но абсолютният размер на финансирането от

частни източници (планирани около 3.5 милиона евро) показва, че реализирането на Европейска столица на културата има подкрепа и неговата важност се осъзнава от бизнеса и гражданите.

По отношение на времето разпределение на планираните текущи разходи, очаквано най-висока е тяхната концентрация в годината преди и по-време на събитието (2018 – 20% от текущите разходи и 2019 – 50% от планираните текущите разходи).

Залагането на текущи разходи в плана за 2020 година (20% от планираните текущи разходи) и следващите периоди (общо 3% от планираните текущи разходи) е гаранция за социалната устойчивост на проекта и допълнително признание на факта, че ефектите на инициативата „Европейска столица на културата“ се очаква да бъдат дългосрочни и да повлияят на културния живот на града, региона и страната.

2. Методология на изследването

2.1. Цел и фокус на проучването

Проучването има за цел да оцени инициативата „Европейска столица на културата – Пловдив Заедно 2019“ като катализатор за културно, социално и икономическо въздействие върху града и региона. То се фокусира върху четири типа въздействия, които си влияят взаимно – културно, социално, икономическо и политическо¹⁹.



Фигура 7. Дейности и основни области на въздействие

¹⁹ Политическо въздействие – в смисъл на формиране и изпълнение на (културни) политики

Проучването има за задача да разбере по какъв начин инициативата „Европейска столица на културата“ работи за постигането на една от основните си цели – промяната, която има различни измерения:

- повишаване на качеството на културата и културната продукция чрез подобряване на културната инфраструктура, разширяване на културния диалог както концептуално, така и в националното и международно пространство, повишаване на капацитета, образование в култура, създаване на нови публики;
- задълбочаване на демократизацията на културния процес, изразяваща се в гражданско участие, широк достъп до култура, въздействие върху местните и национални политики;
- промяна на града и градската среда с преосмисляне и съживяване на наследството (природно, културно-историческо, архитектурно) чрез творческото и артистичното им свързване с дейностите хората, а като следствие да се повиши качеството на живот и привлекателният образ на Пловдив;
- промяна в разбирането на културата като средство за устойчиво развитие чрез разгръщане на културните и творчески индустрии.

Следва да се уточни, че в момента програмата от дейности, представена в Апликационната книга, се намира в процес на преоценка, който тече още от 2015 г., но той не може да бъде завършен без да бъдат проведени отворените покани, които ще дадат възможност да се проследи до колко и как са променени предложените вече идейни предложения и проекти, да се съберат нови проектни предложения и нови идеи, като се запази общата концептуална рамка, да се доразвие партньорската мрежа. След края на този процес на преоценка ще се разработи окончателната програма.

2.2. Нормативна рамка

Изследователската методология е съобразена с Правилата за мониторинг и оценка на дейността на държавните културни институти в областта на сценичните изкуства, както и с нормативните документи на Министерството на културата на Република България²⁰.

2.3. Методи на изследване

Методологията на наблюдението и оценката е основано на европейския изследователски опит в областта на културата и на инициативата „Европейска столица на културата“²¹. Изследователските подходи се основават на теорията и практиката в

²⁰ Нормативни документи на Министерството на културата на Република България

<http://mc.government.bg/page.php?p=58&s=81&sp=84&t=0&z=0>

²¹ Palmer/Rae Associates, Brussels European Cities and Capitals of Culture. Study Prepared for the European Commission. August 2004: <http://www.palmer-rae.com>; MONS2015 Capitale européenne de la culture *Emplois, creation d'activités et autres impacts économiques*. Rapport global. ; Anne-Catherine de Perrot et Tina Wodiunig. *L'évaluation dans la culture. Pourquoi et comment évaluer?* édité par le pour-cent culturel migros et la fondation suisse pour la culture Pro Helvetia. 2008; Thomas WERQUIN. *Impact de l'infrastructure culturelle sur le développement économique local*. Elaboration d'une méthode d'évaluation ex-post et application à Lille2004 Capitale Européenne de la Culture; GRAPDt.

изследването на социалните науки. Различните видове дейности по проучването включват качествено изследване (интервюта); вторичен анализ на данни, които са събрани и предоставени от други институции (статистически данни от НСИ, Агенция по заетостта и др.), събиране и анализ на необходимите документи, съдържащи данни за политики, стратегии, дейности, количествено изследване (анкетни допитвания), картографиране и анализ на количествени данни, медиен мониторинг и анализ на медиите и др.

Методите на изследване, целят да се събере информация от различни източници, която може да бъде натрупвана във времето и сравнявана. Статистическата рамка с индикаторите е синхронизирана с EUROSTAT²², EGMUS²³, ESS-Culture²⁴, UNESCO Institute for Statistics²⁵, ECCIA²⁶ и др. Поради спецификата на разглежданите проблеми се налага да се използват данни от различни области и статистически проучвания (например, анализът на преките и индиректни ефекти от инвестициите в култура изисква данни за заетостта (Labor Force Survey на EUROSTAT), публичните финанси (Government expenditures, EUROSTAT) и структурните икономически различия (Short-term business statistics, EUROSTAT).

Използваните източници на информация са няколко вида:

- Статистически данни, които са налични и могат да бъдат намерени, например, от Националния статистически институт и неговото Регионално поделение в Пловдив, които се отнасят за културни организации, туристически бранш, финансови показатели за състоянието на културните и творчески индустрии, данни за местната заетост в културния сектор и пр.;
- Документи с публичен достъп, които дават информация за състоянието на културния сектор и връзката му със социалната и икономическата сфера;
- Информация, която съществува, но не се предлага от статистическа или друга институция, защото не се събират данни за нея. С такъв характер са данните за медийно отразяване на културни събития и места, изискващи продължителна работа над данните от печатните и електронни медии, както и от социалните мрежи. Такъв тип са и финансовите данни, които трябва да се съберат, след което те изискват статистическа обработка, преди да могат да бъдат анализирани. Тук трябва да се добави възможността част от данните да се получават от самите организации, като към формуляр за кандидатстване и отчитане по проекти се добави анкетен лист с конкретни показатели от планирането и осъществяването на дейностите.

²² База-данни на EUROSTAT: Your key to European Statistics <http://ec.europa.eu/eurostat/data/database>

²³ EGMUS (European Group on Museum Statistics) http://www.egmus.eu/en/about_egmus/

²⁴ ESS-Culture European Statistical System Network on Culture <http://www.essnet-portal.eu/project-information/culture/>

²⁵ UNESCO Institute for Statistics <http://www.uis.unesco.org/Pages/default.aspx>

²⁶ ECCIA (European cultural and Creative Industry Alliance) <http://www.eccia.eu/index.php?id=5>

- Официални документи на фондацията, на организациите-бенефициенти на финасиране от страна на фондацията, на община Пловдив и други институции, свързани със създаване, разпространение, обучение и маркетинг на културни събития и продукти;
- Важен е и такъв вид източник на информация, който трябва да се създаде, защото той предварително не съществува. Тук се включват сведения за репутацията и образа на града, за степента на удовлетвореност и щастие на гражданите и др., създаване на наши собствени статистически източници, като се провеждат изследвания и се придобият знания чрез проучвания на място, експертни интервюта, интервюта, наблюдения и т.н.

Използвайки индикаторите, необходими за събирането на основна информация, съставихме електронни анкети, които могат да бъдат попълвани on-line. Те бяха консултирани със специалисти от ОФ Пловдив 2019²⁷, преди да бъдат използвани за събиране на данни. Проблемите, по които се събира информация, са:

- Анкетен лист 1: Културен достъп и участие;
- Анкетен лист 2: Социална интеграция на групи в неравностойно положение;
- Анкетен лист 3: Културни организации;
- Анкетен лист 4: Информация за художествени и управленчески обмени.

Те бяха попълнени от всички бенефициенти от Капана, както и от галерии, музеи, неправителствени организации. Така се събра информация, необходима за наблюдението, а анкетите се апробираха с по-широко участие. Основно предимство е, че оттук нататък информацията ще бъде събирана в единна рамка по установени показатели и данните ще могат да бъдат сравнявани.

3. Създаване и потребление на културни събития и продукти

3.1. Културен календар на Европейска столица на културата – Пловдив Заедно 2019

През втората половина на 2015 и началото на 2016 г. екипът на ОФ Пловдив 2019 работи върху актуализиране на инфраструктурни приоритети на фондацията за програмата през 2019, актуализиране на бюджета, формулиране на мисия и цели, създаване на цялостен план за действие за близките две години и половина. Културният календар на ЕСК подлежи на актуализация, с която се цели да се получи качествен културен продукт с множество ефекти - културен, социален, икономически. Това е не просто разработване на план за дейности, а цялостен процес, в който са привлечени да участват както екипа на Фондацията и културния сектор, така и цялата общественост. Този процес се ръководи от основните приоритетите за работа през 2016 г., които залага ОФ Пловдив 2019:

²⁷ Благодарим на Цветелина Керански и нейния екип за професионалните препоръки при разработването на анкетите.

- Развитие на капацитета на партньорите и културните оператори на местно и национално ниво, запознанство със същността и целите на инициативата ЕСК поощряване на участието;
- Развитие на капацитета на екипа на фондация Пловдив 2019 с ясно разпределение на отговорностите между различните звена;
- Преоценка на програмата от апликационната книга на Пловдив, установяване на взаимоотношения с партньорите, договаряне на дейности и ангажименти;
- Мониторинг на дейността;
- Маркетинг и реклама;
- Привличане на частни финансираия – развитие на спонсорски пакети и установяване на генерални партньорства;
- Развитие на стратегия за комуникация и управление на доброволческа мрежа на ОФ “Пловдив 2019”

Важно място в подготовката заема и програмата за серия от обучения и стажове, ориентирани към развитие на мениджърския капацитет на екипа на „Пловдив 2019“ и разширяване на опита. В нея влизат обучения, стажове, брейнсторминг сесии, международни срещи (семинари и конференции с участието на градовете ЕСК).

Разработена е стратегия и програма за работа по основни дейности, които се определят от приоритетите на Фондацията:

- структуриране, установяване на система и принципи на работа с партньори;
- развитие на капацитет;
- осигуряване на база за реализацията на основните проекти от програмата на Европейската столица на културата (ЕСК 2019);
- промотиране и запознаване на гражданите и представителите на културния сектор с повече подробности относно инициативата ЕСК Пловдив 2019.

Основният принцип за структуриране на събитията засега остава клъстерният, който макар и по-труден за изпълнение, е насочен към разрешаването на конкретни проблеми с обществена значимост за града, градската общност и културния сектор. Един от инструментите за получаване на информация, на която да се стъпи при актуализирането на културния календар, са разработените отворени покани. Те ще дадат възможност да се проследи дали партньорските проекти, включени преди 3 години в апликационната книга, са се развили идейно, запазвайки общата концептуална рамка, както и да се разгърне партньорската мрежа, като се поканят за участие нови културни организации. Процесът на преоценка на проектите от програмата на Пловдив за ЕСК вече е започнал и цели групирането им в три основни направления:

- Проекти, продуцирани и съпродуцирани от фондацията с цел да осигурят базата за по-нататъшната реализация на програмата и за популяризиране на инициативата ЕСК, както и ключови проекти като откриване и закриване на ЕСК;
- Проекти, осъществени от партньорски организации по регламента за работа с партньори;

- Проекти, развиващи и надграждащи културния календар на Община Пловдив;
- Нови проекти, които попълват липси и празнини в предварителната програма.

Процесът на преоценка на проектите е планиран да продължи до средата на 2017 г. Основната цел е програмата от апликационната книга на Пловдив да се обогати и развие с нови проекти и инициативи, които ще гарантират устойчивостта на проекта. Приоритетите при включването на нови проекти са насочени главно към обогатяването на културния живот в Пловдив и страната и обмен на културно съдържание.

3.2. Културен календар, културни събития и фестивали

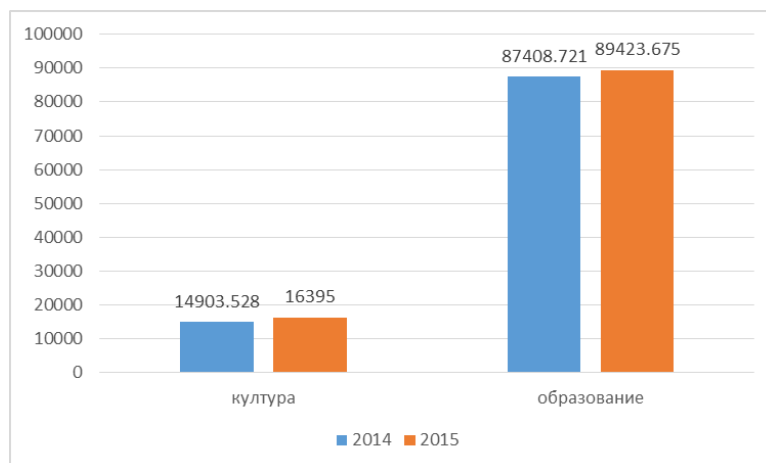
При проучването на културния календар, културните събития и фестивали на първо място стои техният художествен характер, съдържание и качество, което се предлага на аудиторията. Друг значим проблем за проучване е характерът на културните събития и продукти, които са пряко свързани със социалните проблеми, претворяват ги и спомагат за промяна на социалната среда. Тук основен е въпросът за осигуряване на по-широк достъп до култура чрез излизане на културните събития от централната част, както и включване на хора в неравностойно положение и маргинални групи като зрители и/или участници в културните събития.

3.2.1 Културен календар на град Пловдив

Редът и условията за финансиране на инициативи в сферата на културата, както и изборът на събития за съставяне на културния календар на град Пловдив се регламентира с Наредба на Община Пловдив²⁸. Финансовите параметри на ежегодните средства за дейност в сферата на културата през съответната календарна година се определят в Решението на Общински съвет. Проекти се набират в срок до 30 юни на всяка календарна година, а оценката и класирането на кандидатстващите за субсидия проекти се извършва от Комисия. Критериите за оценка са съобразени със задачата да се постига високо качество на художествения продукт, който да привлича интереса на гражданите и гостите на града, както и да се постига дълготраен ефект за културното развитие на артистичната сцена. Включени са и критерии, които са свързани с възможностите, които дава събитието за гражданско участие, привличане на определени целеви групи и достигане до публиката.

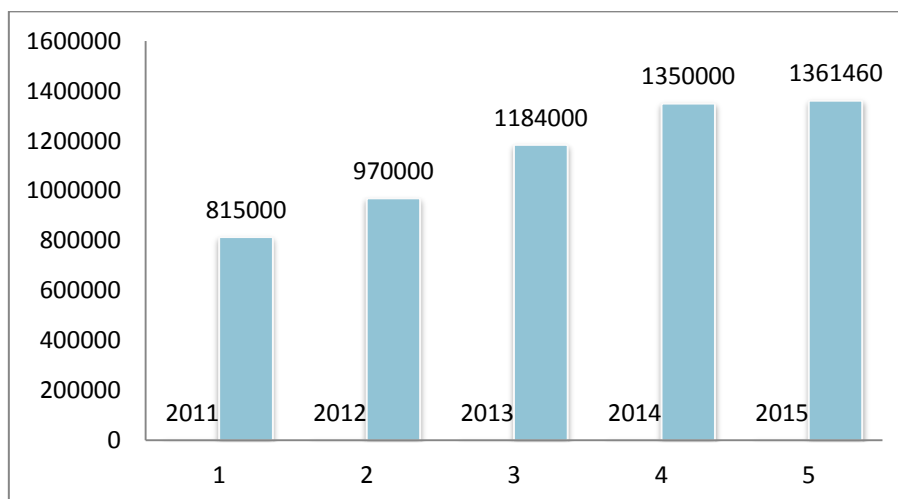
Културният календар се осигурява финансово от бюджета на Община Пловдив. Данните показват, че общият бюджет на общината за 2015 г. е 264 825 694, а отделените за култура са 16 395 000, което представлява 6% дял. Увеличението на бюджета за култура за 2015 г. спрямо предходната година е 1 491 472 или приблизително 10 % .

²⁸ Наредба за реда и условията за финансиране на инициативи в сферата на културата и включването им в календара на културните събития на община Пловдив, приета с Решение № 393, взето с протокол № 18 от 29. 10. 2013г. на Общински съвет – Пловдив, Изм. и доп. с Р. № 161, Пр. № 9 от 29.05.2014г., Изм. и доп. с Р. № 184, Пр. № 11 от 04.06.2015 г.



Фигура 8. Средства в бюджета на Община Пловдив, отделени за култура и образование

Средствата, които са отделени от бюджета на Община Пловдив за осъществяване на културния календар за 2015 г. са 1360460 лв. и за период от последните 5 години те са нараснали със 67%, което позволява по-голямо разнообразие на културното съдържание.



Фигура 9. Финансиране на събитията от Културния календар на Община Пловдив

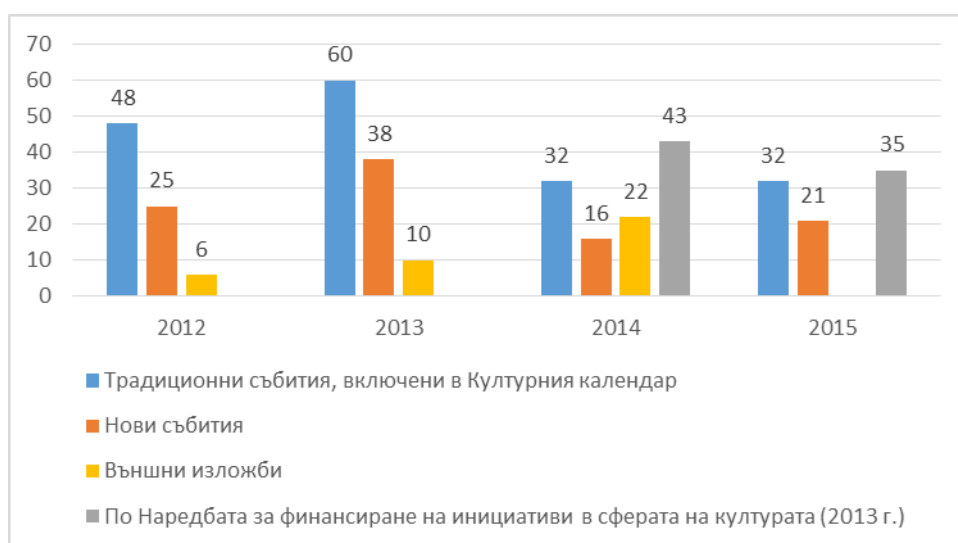
В календара на културните събития на община Пловдив за 2015 година заложените средства за годината са разпределени между 77 различни културни събития, като размера на финансирането варира между 350 лв. и 99 000 лв., според мащаба и приоритета на отделните дейности.



Фигура 10. Разпределение на средствата, заложи в Културния календар на Пловдив за 2015 г.

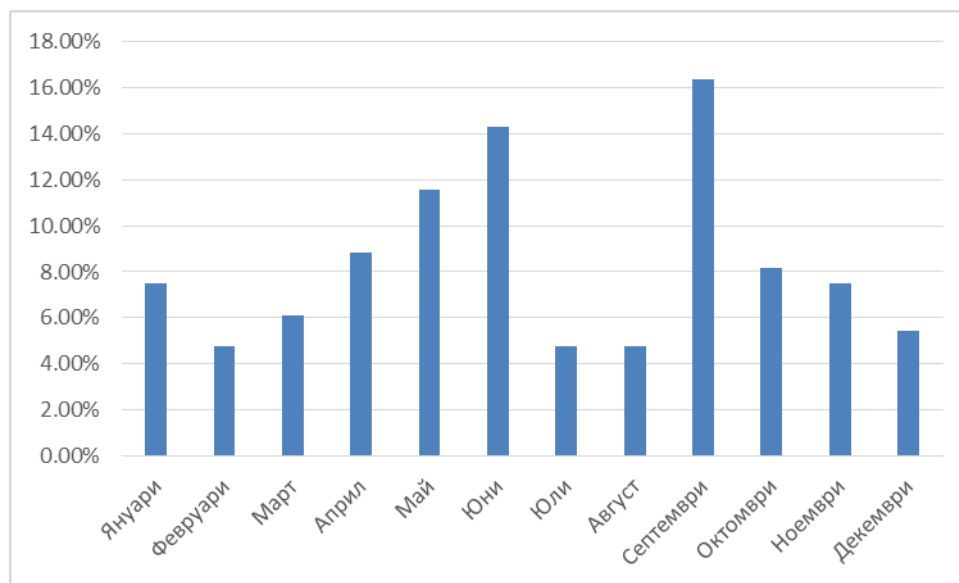
Проектите, които са реализирани по приетата в края на 2013 година „Наредба за реда и условията за финансиране на инициативи в сферата на културата“ привличат съществено допълнително финансиране (за 2015 година съотношението на финансирането от общината спрямо допълнителното финансиране е 1:3.22). Конкурсното начало при финансирането и използването на разнообразни източници на средства е допълнителен показател за подобрената гъвкавост и жизнеспособност на реализираните проекти.

Заедно с това се налага тенденцията, забелязана още през 2014 г., за увеличаване на събитията, които са финансирани с конкурсно начало по Наредбата, за сметка на традиционните събития, включени в Културния календар.



Фигура 11. Културни събития в Пловдив

Културният календар е целогодишен, но най-голям брой събития са отчетени през месеците септември (16.5%), юни (14.4%) и май (11.7%), докато относителният дял на културните събития²⁹ в останалите месеци е под 10%.



Фигура 12. Времево разпределение на финансираните от Община Пловдив културни събития в Културния календар през 2015 г.

Времето разпределение на културните събития, получили финансиране от Община Пловдив³⁰, позволява да се направят следните изводи:

- Културните събития, респективно финансирането за тях, са разпределени по начин, който покрива всички месеци в годината. Разбира се това разпределение не е равномерно, а съобразено с наситеността с поводи и търсенето на подобни събития.
- Има ясно изразена концентрация на културни събития през месеците май, юни и септември, а времето разпределение на културните събития съответства на публикационната активност и показва наличието на относително добра координация в медийната политика и организирането на културни събития. Във всеки случай желателно е медийното отразяване на събитията да се увеличи.

²⁹ Измерен като брой събития, а не като качество

³⁰ Решение № 239, взето с протокол № 13 от 24.07.2014 г.



Фигура 13. Разпространение на информация за събитията, включени в Културния календар

Повече от половината от събитията са отразени в регионални печатни и електронни медии. Прави впечатление, че в по-значими национални медии, такива като БНТ, БНТ 2, БНР, ТВ Европа, Интернет медии 33, ВТV, Дневник, Капитал и др. под., са отразени по-мощабни събития с по-високо качество и привличащи по-голяма на брой публика. Информацията за тях намира място едновременно в повече от една медия с национален характер и такива са: „Есенен салон на изкуствата“, „Нощ на музеите и галериите“, "PLOVDIV INTERNATIONAL DANCE FESTIVAL", "ONE DANCE WEEK - Международен фестивал за съвременен танц", „Девети международен конкурс за Детско-юношеско творчество "С песен и обич творим добро", „Фестивал на българското документално и анимационно кино "Златен Ритон", „Международен кулено-театрален фестивал "Двама са малко-трима са много", „Седмица на съвременното изкуство“, „Театрален фестивал “Сцена на кръстопът”, "ONE ARCHITECTURE WEEK - Международен фестивал за архитектура, интериор, ландшафт и градска среда", "ONE DESIGN WEEK - Международен фестивал за дизайн и виртуална култура", „Международен фестивал за театър и съвременен танц "Черната кутия", международен фестивал "Дни на музиката в Балабановата къща" - пролетно и есенно“, "Арт позитив", "Камерна сцена Пловдив" - сезон Пролет, „Детски кинофестивал“.

Тези данни показват, че в по-голямата си част културните събития от Културния календар имат по-скоро местен характер и са предназначени за гражданите на Пловдив, но има и една не малка част от тях, която излиза от местния мащаб и придобива национална и международна известност.

Много малко от културните събития са планирани за ясна целева група – по-голямата част от организаторите са дали твърде широки възрастови параметри и почти не е заложена работа с или събития, насочени към специфични професионални, социални или етнически групи. Само събития с образователен характер – такива, като тези организирани от Фондация „Отворени изкуства“ или „Модерна академия по изкуства Синдикат“, имат конкретни целеви групи.

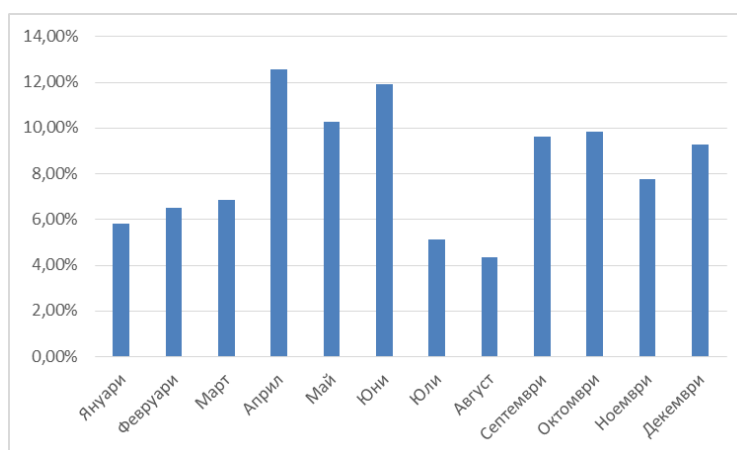
Това показва, че разбирането за култура в местната общност и културните оператори все още се разбира твърде тясно, трудно се правят връзки между култура и други социални сектори, което се отразява и в практиката.

3.2.2. Културни събития и фестивали

Съществуват и множество други културни събития и фестивали, които се провеждат в Пловдив, и които не са включени в Културния календар на Община Пловдив. С проучване на информационни страници в интернет пространството се откриха по-значимите сред тях, които дават възможност да се очертаят някои основни тенденции.

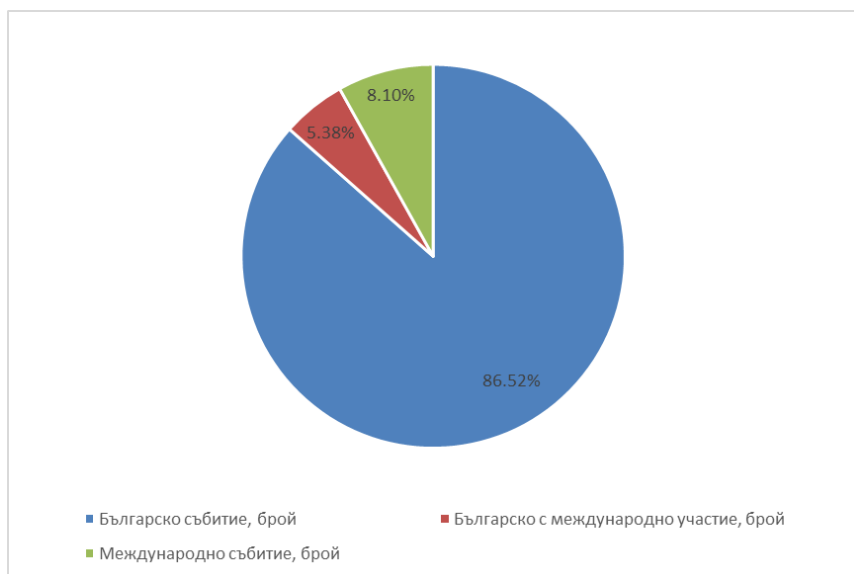
Регистрираните събития са около 10 пъти повече от тези, осъществени с подкрепата на Община Пловдив чрез включването им в Културния календар. Тяхното времево разпределение в годината се различава малко от времевото разпределение на събитията, организирани в Културния календар. Най-голям брой събития са проведени през месец април (12.59%), следван от месец юни (11.90%) и месец май (10.30%). Близко до 10%-вата граница са месеците септември (9.61%), октомври (9.84%) и декември (9.27%).

Анализът на всички регистрирани културни събития в града, независимо от източника на финансиране разкрива подобна, макар и не абсолютно същата концентрация през месеците май, юни и септември. Като съществена разлика може да посочим по-високата активност през месеците април и октомври, посочена на **Грешка! Източникът на препратката не е намерен.**¹⁴ Тази разлика може да бъде обяснена с факта, че през май и септември има повече културни събития с местно и национално значение, които съответно изискват и по-активно финансиране от Община Пловдив.



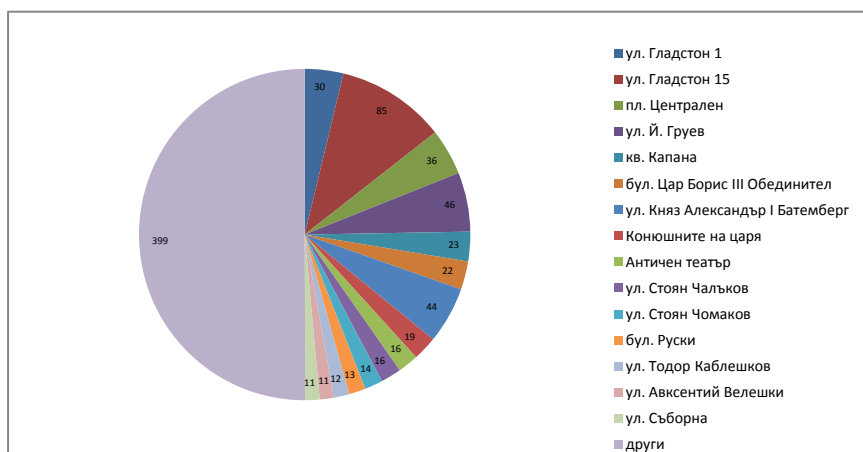
Фигура 14. Времево разпределение на регистрираните културни събития и фестивали

Данните показват и спецификата на културните събития, провеждани в града. От тях най-голям дял от 86.52% имат българските събития с местен и национален характер; 8.10% е дялът на българските събития с международно участие; 5.38% е дялът на културните събития и фестивали с чуждестранно участие.



Фигура 15. Относителен дял на събития и части от събития с чуждестранно участие

Почти 14% от събитията са свързани с участници от повече от една страна, като значимостта на този дял е голяма поради факта, че обикновено това са събития от най-висок мащаб и с най-много участници и медиен отзвук. Значимостта се потвърждава и при анализ на финансирането осигурено от Община Пловдив, където за включените в календара над двадесет международни фестивали и културни събития са предвидени по-голямата част от осигурените средства.



Фигура 16. Позициониране на културните събитията в пространството на града

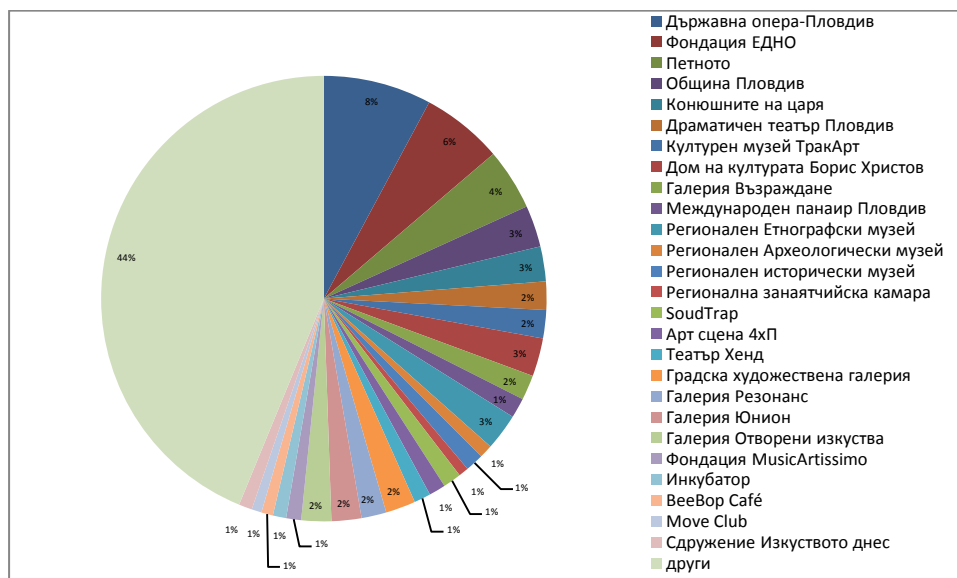
Данните за мястото на провежданите културни събития в рамките на града показват, че по-голямата част от тях се провеждат в централните или относително широкия център на града. В по-отдалечените пространства от градския център като място за мащабни културни събития се очертава Многофункционалната спортна зала „Колодрума“, която приютава значими международни спектакли, като „Лешникотрошачката“ на Московския балетен театър, „Шоуто на Нешка Робева и

приятели“, „Концерт на Жокер Медиа“ и др. Пространствата на район Тракия приемат „Цирк Балкански“, „програма Автокино“ и др.



Фигура 17. Карта на разположението на културните събития в градското пространство

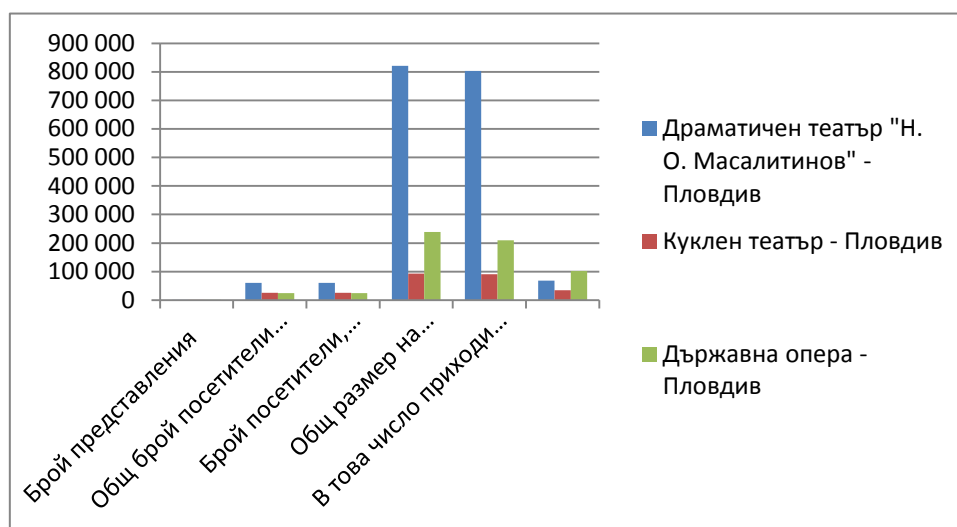
Картографирането на културните събития позволява на създадената карта да се види ясно тяхната концентрация в централните части на града. Крайните квартали се радват рядко на събития с културен характер и те преобладават там, където има създадена подходяща инфраструктура. Това ограничава достъпът до култура не само от гледна точка на културно потребление, но също и като участие в културния процес.



Фигура 18. Културни организации и културни оператори, създаващи и организиращи събития

От диаграмата, показваща културните институции и културните оператори, които организират културните събития и фестивали, става ясно, че има някои от тях, които са по-активни както в културните дейности, така и в медийното им отразяване. Водещо място сред тях има Държавна опера-Пловдив, Едно/Опе - Фондация за изкуство и култура, Петното на Роршах, разбира се, Община Пловдив и др. Важна особеност е, че има множество културни организации, предлагащи различни по съдържание културни продукти, което обогатява културния живот в града.

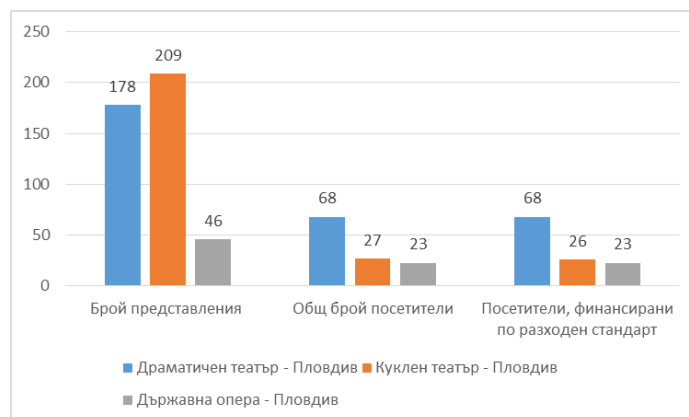
Държавните културни институти от областта на сценичните изкуства имат водещи позиции и сред театрите в страната в посещението на спектаклите, които организират, както и на приходите от културните продукти, които създават.



Фигура 19. Отчет за изпълнението на някои показатели на държавните културни институти от областта на сценичните изкуства към 30.06.2015 г.

Източник: Министерство на културата

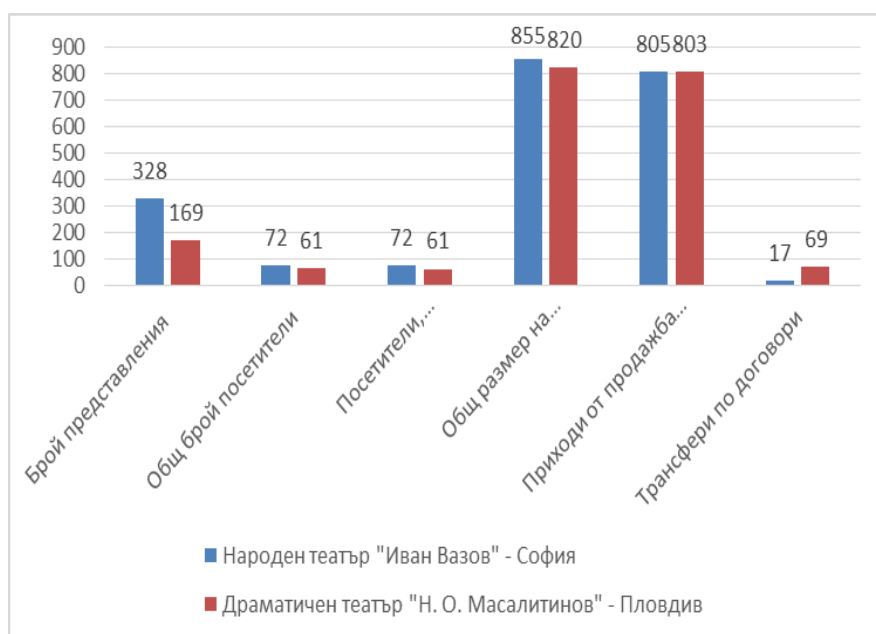
Само за първото полугодие на 2015 г. трите културни института в областта на сценичните изкуства (Драматичен театър „Н. О. Масалитинов“, Куклен театър Пловдив и Държавна опера Пловдив) са привлекли 110 266 посетители и са получили собствени приходи от 1 120 384 лв.



Фигура 20. Представления и посещаемост (в хиляди посетители) към 30.06.2015 г.



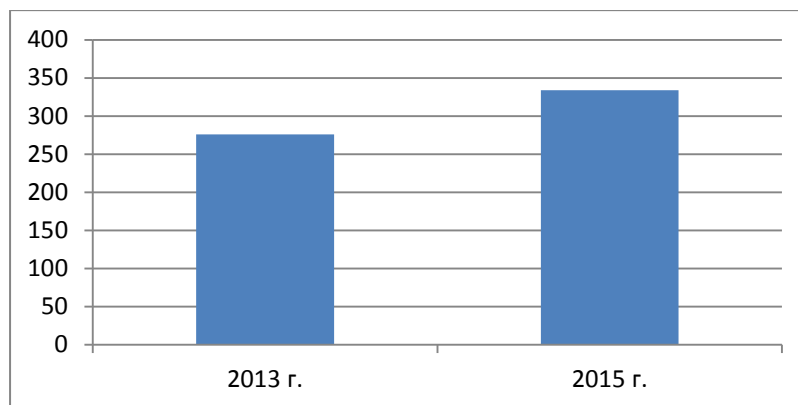
Фигура 21. Всичко получени приходи от собствен продукт или коопродукт на държавния културен институт към 30.06.2015 г.



Фигура 22. Финансиране и посетители (в хиляди) към 30.06.2015 г.

Данните показват, че по показателите брой посетители и размер на приходите Драматичен театър „Н. О. Масалитинов“ стои непосредствено след Народен театър София, а като се има предвид числеността на жителите на градовете, не може да не се признае, че той има водещо място сред театрите в България. Анализът на данните показва, че секторът на визуалните и сценичните изкуства заема водещо място в страната и има амбициите и възможностите да бъде значима част от европейската сцена.

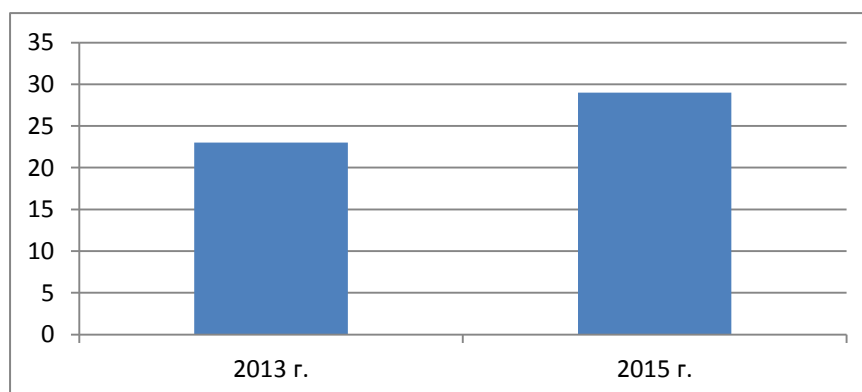
Това, което прави впечатление при културни организации, е че в последните години се наблюдава нарастване на техния брой. Според данните, които са получени от официалните регистри, публични документи и от анкетното проучване, за период от две години от 2013 до 2015 г. броят на културните организации е нараснал с 21%.



Фигура 23. Данни за организациите в областта на културата в гр. Пловдив

Само през 2015 г. са регистрирани 23 организации в обществена полза, които имат в целите си развитие на културата и културни дейности. Те са 2 пъти повече от регистрираните организации през 2013 и 2014 г. взети заедно. Очевидно, обявяването на Пловдив за Европейска столица на културата стимулира сдружаването за участие в културния процес на града. Продължава тенденцията, установена през 2013 г. при проучване на културната ситуация и културната инфраструктура, която сочи, че повечето организации, активни в създаването и разпространението на културните ценности са сравнително млади с малко или без утвърдени традиции. Ако се положат усилия за подобряване на капацитета на хората в културните организации, то това би отворило голям потенциал за иновации.

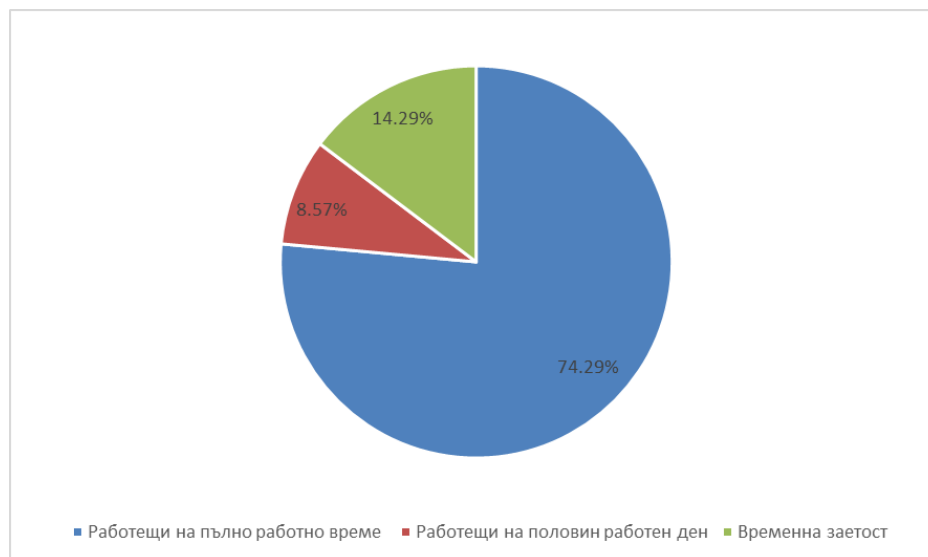
Същата тенденция се забелязва и при създаване на художествени галерии в града. В сравнение с 2013 г. техният брой е нараснал с 26%. Сред тях има утвърдени галерии, но сред новоучредените има и такива с не добре устроени пространства за представяне на колекции или авторски творби. В някои случаи това се отнася и за големи галерии, които трудно биха отговорили на стандартите за международна изложба, подготвена от престижни европейски или световни музеи и галерии или изявени чуждестранни творци.



Фигура 24. Брой на художествени галерии в гр. Пловдив

Анкетното проучване на галериите³¹ показва, че основната част от попълнените анкети са в областта на визуалните изкуства. Трябва да се отбележи, че всички участващи активно използват освен разполагаемите изложбени площи, така и електронните средства за комуникация за представяне на художествените произведения и колекции. 79% от участващите галерии имат собствена страница, а предпочитаната социална мрежа за оповестяване на събития е Facebook.

Структурата на заетите показва, че основната част от работещите са на пълно работно време. Това от една страна е предпоставка за тяхната по-пълна ангажираност с осъществяване на културните дейности и галерии, но от друга страна ограничава гъвкавостта на институциите и техните възможности за адаптация към промените в икономическата ситуация. Смятаме, че все пак, положителните ефекти преобладават

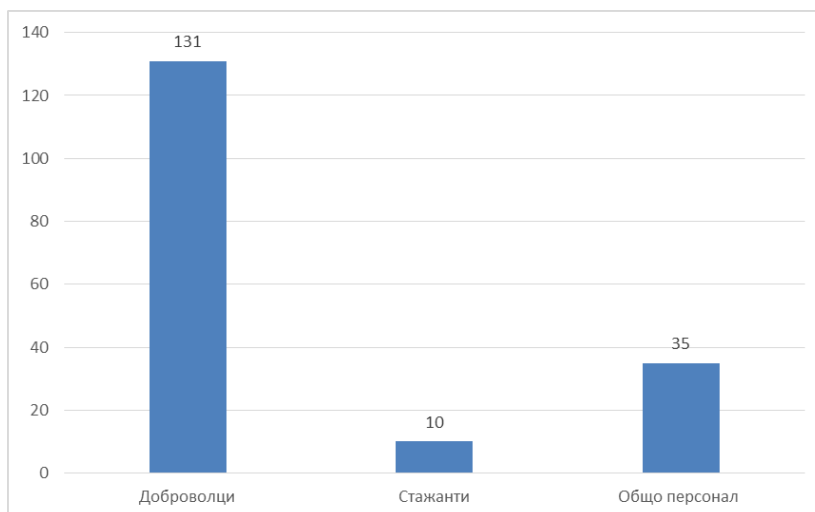


Фигура 25. Дял на работещите в галериите според формата на заетост

над ограничената гъвкавост на галериите поради две причини. Първата – е свързана с наличието на постоянно заети, което дава възможност за специализация. Трябва да се отбележи високият образователен профил на галеристите – дялът на работещите, които имат висше образование, е над половината от всички заети. Втората причина се съотнася с дейността – макар абсолютният брой на заетите да не е голям (в получените данни от анкетиранияте галерии са посочени общо 35 заети), това позволява галериите лесно да оптимизират дейността си.

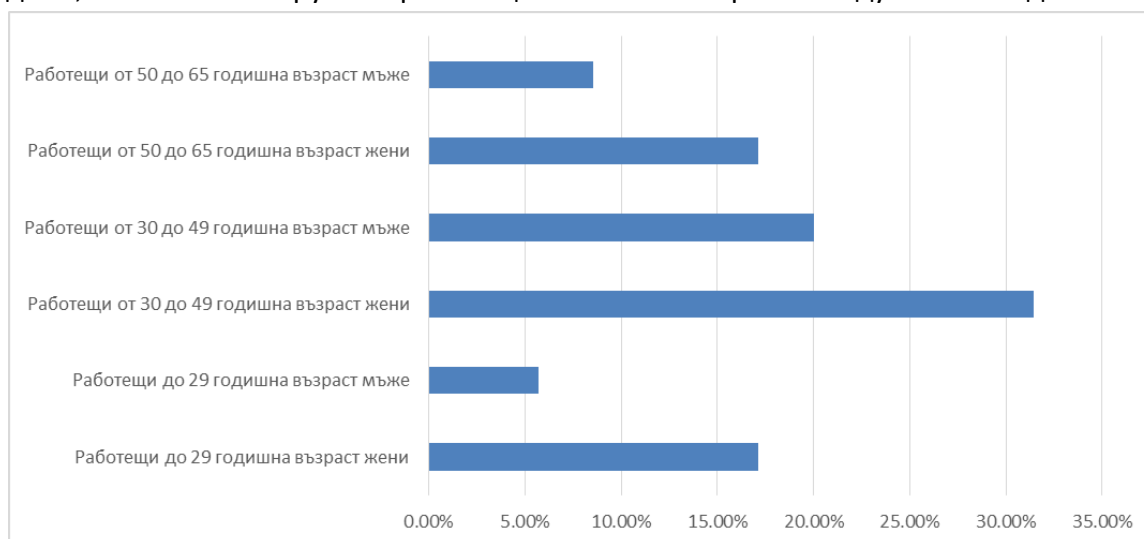
Както и при организациите от Капана, при участващите в анкетата галерии се наблюдава постоянно и активно използване на доброволци. Това е показателно за интереса към културните дейности и проекти, както и израз на стремежа на галериите да използват ефективно външна помощ. Заедно с това ползването на доброволци подпомага и създаването на специализирана публика, което е важно за развитието на галерийните дейности и тяхната устойчивост.

³¹ Изследването се базира на деветнадесет анкети, които представляват 76% попълнени анкети от всички галерии в града, което позволява да се обхванат основните характеристики на този вид дейност.



Фигура 26. Общ брой на зетите на трудов договор, доброволците и стажантите в галериите

Също както и при организациите от Капана, работещите в галериите са предимно жени, но средната възраст е по-висока отколкото при организациите от Капана. Този извод се потвърждава от относителния дял на отделните възрастови групи показан на Фигура 277. Освен по-значимият дял на зети на възраст от 50 до 60 години, най-голямата група от работещи са тези на възраст между 30 и 40 години.



Фигура 27. Възраст на зетите в галериите, участващи в проучването

На базата на посочените в анкетите събития и тяхната посещаемост могат да се направят следните изводи:

- при почти всички описани проекти галериите осигуряват достатъчно собствено финансиране, което е показател за тяхната ефективна работа и грамотно финансово управление;
- отделните проекти се различават съществено по посещаемост и популярност. Това е показател за възможностите да се реализират културни дейности, които

да са привлекателни за голям брой потребители и едновременно с това да се поддържат по-малки и по-специализирани изложби;

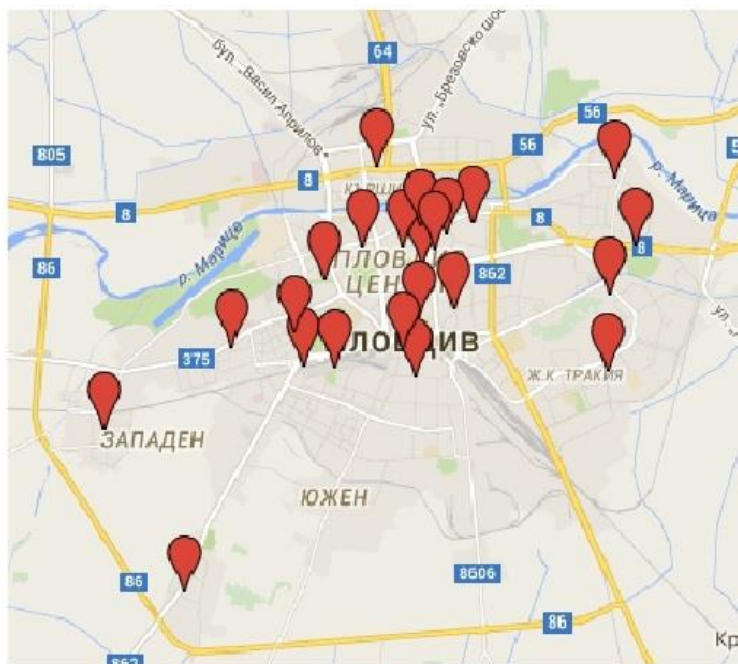
- почти 50% от анкетираните галерии посочват че имат и други дейности като културна организация, което е показател за тяхната гъвкавост и адаптивност към промените в търсенето на техните продукти.

Като цяло опитът на галериите е много полезен за организиране на културни дейности и събития, както и за създаването на културни продукти. Те са полезен ресурс за увеличаване на обмените в националното и международното културно пространство.

3.2.3. Културни дейности на читалищата

Читалищата са културни институции, регистрирани по Закона за народните читалища и имат важна роля в областта на (масовата) култура и културния живот на общината. В тяхната дейност могат да участват всички физически лица без оглед на ограничения на възраст и пол, политически и религиозни възгледи и етническо самосъзнание. Те са важна част от културната инфраструктура на града.

Картографирането на читалищата³² показва, че макар една голяма част от тях да са разположени в централните части на града, те са разпространени равномерно на неговата територия, включително и в крайните квартали.



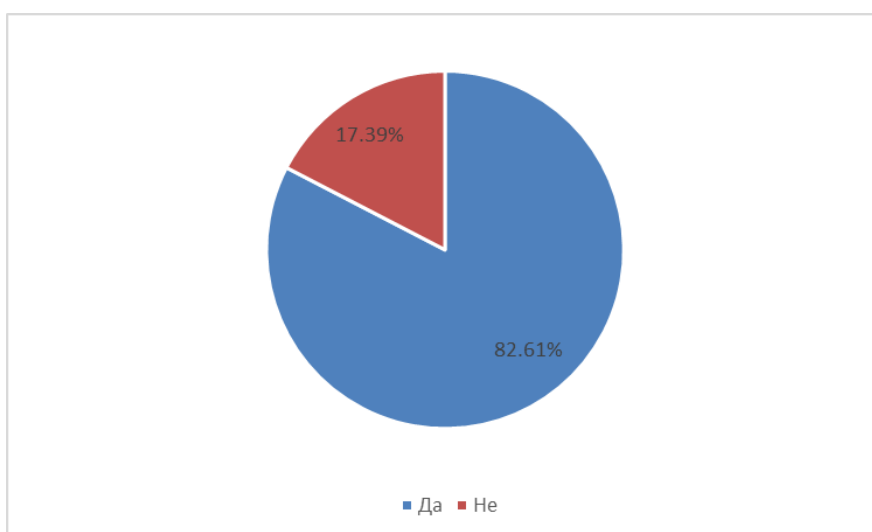
Фигура 28. Карта на разположението на читалищата на територията на гр. Пловдив

Читалищната дейност е свързана с културните, образователните и социалните потребности на гражданите. Читалищата предлагат възможности за допълнително образование и занимания с различни видове изкуства, а заедно с това и обучение за

³² Благодарим на РЕКИЦ-Пловдив за любезно предоставената подробна информация.

деца и възрастни по компютърна грамотност и езикови умения:

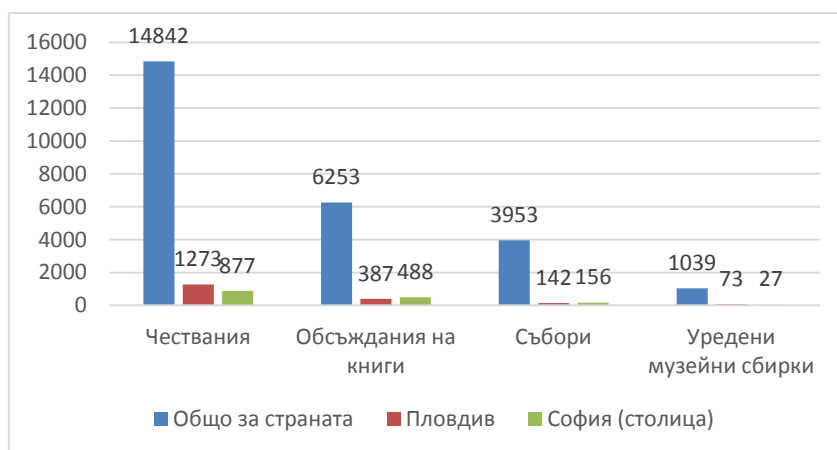
- Школи по изкуствата, в това число Музикални школи, функционират в 15 читалища. В тях се обучават общо 402 души, в т.ч. 392 деца и 10 възрастни.
- Школи по изобразително, приложно и театрално изкуство и творческо писане: в 10 читалища, обучавани общо 224 души, в т.ч. 212 деца и 12 възрастни.
- Школи по класически и модерен балет: в три читалища, обучавани 65 души, в т.ч. 47 деца и 18 възрастни.
- Любителско творчество: в 22 от читалищата функционират самодейни състави, в които са включени 393 деца и 330 възрастни. Те работят в областите на музикалното и танцовото изкуство (фолклор, класическо и съвременно творчество), както и в театралното изкуство (Експериментален театър „А`Парт“ в читалище „Европа – 2004“).
- Клубове по интереси: в 23 от читалищата функционират над 50 клуба по интереси в областите на литературата и журналистиката, изящните и приложните изкуства, модния дизайн, фолклора, екологията и здравето, младежките дейности и грижата за децата, шахмата и др.
- Езикови школи и школи за компютърна грамотност; школи за извънучилищно обучение функционират в 10 читалища, с обучавани общо 341 души, в т.ч. 217 деца и 124 възрастни.



Фигура 29. Наличие на информационен център към читалището

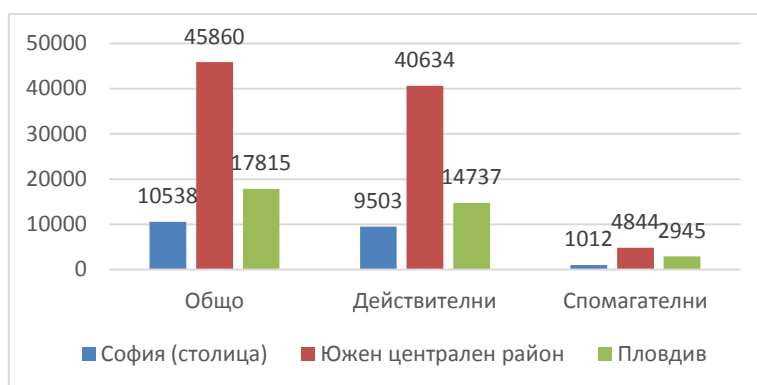
Към по-голяма част от читалищата са изградени информационни центрове, което показва, че в тях има не малък ресурс за свързване на културните дейности с информационните технологии – задача, която излиза все по-често на преден план.

Читалищата в Пловдив продължават да бъдат много важна институция за културното потребление в града. Нещо повече, в много от дейностите, читалищата в Пловдив са по-активни от тези в София (и като цяло по-активни от средното за различните региони на страната).



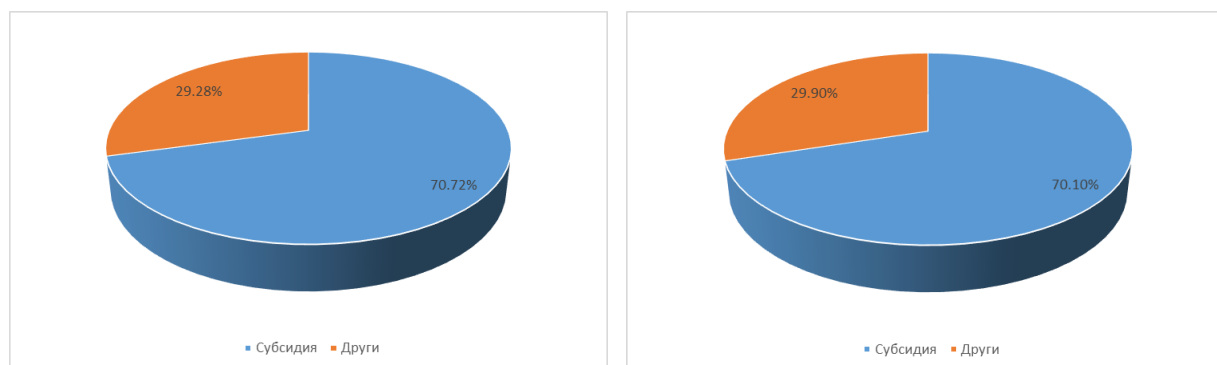
Фигура 30. Активност на читалищата по дейности

По брой на своите членове читалищата в града са също сред най-активните институции от този тип в страната.



Фигура 31. Активност на читалищата по броя на своите членове

Финансирането на читалищата в Пловдив е на практика същото (съотношение на бюджетно финансиране и други източници), каквото е средното за страната. Съвсем малко по-висок процент (0.52%) показва по-активното търсене на допълнително финансиране от други източници за пловдивските читалища.



Фигура 32. Източници за финансиране на читалищата средно за страната и за Пловдив (Източник НСИ)

Читалищата осигуряват неформалното извънучилищно образование и обучение през целия живот в много висока степен. Жителите на кварталите имат доверие в техните компетентности, а и те осигуряват пространство за приятно прекарване на свободното време. Дейността на читалищата е представена в интернет пространството³³. По-малката част от тях имат свои сайтове или страници в социалната мрежа Фейсбук, но други – не са видими в публичното пространство. Съпоставката с галериите например показва, че читалищата в Пловдив все още не са завоювали стабилно публично присъствие в Интернет пространството и е необходимо да се вложат повече усилия в тази насока. Те все още не са готови за провеждането на по-мощни и специализирани културни дейности, но притежават инфраструктура и човешки потенциал, за чийто капацитет и професионални възможности следва да бъдат положени целенасочени усилия.

В своята работа екипът на ОФ Пловдив 2019 залага приоритети, разработил е стратегия и програма за действие. Мисията и целите все още са доста общи за новите функции на фондацията, вече не като кандидат, а като основна институция-организатор на реализацията на проекта Европейска столица на културата, и подлежат на уточняващо предефиниране. Това се отнася и за основните платформи и клъстерите, които търсят решение на важни проблеми на градската общност – техните цели следва да получат по-широка популяризация, за да станат ясни на жителите на града и партньорите, което би стимулирало гражданското участие, би мотивирало творческото мислене и артистичното действие в подкрепа на заложените каузи.

Културният календар, културните събития и фестивали в гр. Пловдив са целогодишни като времево изпълнение и разнообразни като съдържание. В по-голямата си част те имат по-скоро местен характер и са предназначени за жителите на Пловдив, което отговаря и на мащаба на разпространение на информацията предимно в местни медии. Все още остава рядкост насочеността им към конкретна възрастова, социална, етническа и професионална целева група или решаването на даден социален проблем. Преобладаващата част от тях са съсредоточени в централните градски райони, което ограничава достъпът до култура не само от гледна точка на културно потребление, но също и като участие в културния процес.

Съществува и една не малка част от културните събития, която излиза от местния мащаб и придобива национална и международна значимост. Информацията за тях намира място в националните и международните медии, културните организации, които ги създават, участват в международни мрежи и допринасят за разпространение на образа на Пловдив като град на изкуство и култура, което води и до социални въздействия върху градската общност.

Титлата „Европейска столица на културата“ стимулира културния живот в града, което се отразява върху нарастването на броя на културните организации в града. Към техните възможности се добавя потенциалът на читалищата, неправителствените

³³ Повече информация за дейността на читалищата: <http://www.chitalishte.bg/pages.php?place=384>

организации и галериите, които разгръщат изложбена, културна и образователна дейност. В настоящия момент се очертава потребността от увеличаване на качеството на културната инфраструктура както като човешки капацитет, така и като материална и техническа база.

4. Културно и образователно равнище, доброволчество

4.1. Училищно образование

4.1.1. Обучение в училищата по изкуства

Училищата по изкуствата и по културата имат свое значимо място в образователната система на България. Тяхната специфика им отрежда статут на културни институти, чието основно предназначение е да осигуряват професионална подготовка и обучение в областта на изкуствата и културата. Министерството на културата финансира и осъществява методическото ръководство на общо 23 училища³⁴. В Пловдив са съсредоточени три училища, които обучават ученици в областта на визуалните и сценичните изкуства.

- **Национално училище за музикално и танцово изкуство „Добрин Петков“.** Училището е основано през 1945 г. и е една от основните образователни институции в сферата на българското музикално изкуство, под управление на Министерство на културата. В него се провежда цялостно общообразователно и музикално обучение от подготвителен до 12 клас със специални инструментални, балетни и вокални класове.
- **Национална художествена гимназия „Цанко Лавренов“.** Гимназията е открита през 1976 година. Поддържа специалности „Живопис“, „Скулптура“, „Графика“, „Стенопис“, „Иконопис“ и „Рекламна графика“. Обучението е пет години – от 8 до 12 клас.
- **Национална гимназия за сценични и екранни изкуства.** Национална гимназия за сценични и екранни изкуства е създадена през 1975 година. Тя е единственото по рода си учебно заведение в България и на Балканите. Поддържа следните специалности: „Театрален, кино- и телевизионен декор“, „Художествено осветление за театър, кино и телевизия“, „Грим и перуки“, „Театрална кукла“, „Актьорско майсторства за драматичен театър“, „Актьорско майсторства за куклен театър“, „Сценичен костюм“.

Училищата по изкуства са важен ресурс за формиране както на професионалисти, така и на публики в културния сектор. От тази гледна точка връзката между тях и ОФ Пловдив 2019 следва да се задълбочи и те да бъдат включени като специфична целева група за подготовка и участие в инициативи и събития на Европейска столица на културата 2019.

³⁴ Справочник на училищата по изкуствата и на училищата по културата. Изд. Министерство на културата. 2015-2016 г. http://mc.government.bg/images/Polina/Sprav_MK_2015-2016.pdf

4.1.2. Обучение по култура и културно наследство в общообразователните училища

По данни на Регионалния инспекторат за образование основните и средни общообразователните училища в Пловдив са 88³⁵.



Фигура 33. Дял на училищата, ангажирани с предмети, свързани с културата и културното наследство

В 52 от тях (сред които три частни средни училища) се изучават като задължително или свободно избираеми предмети, отнасящи се към културата, историята и цивилизацията. Данните сочат, че в повече от половината училища на Пловдив е застъпено обучението по култура. Това отразява осъзнаването на важноста на културата като фактор за личностното изграждане на младите хора, но и като средство за създаване на чувство за идентичност към града.

4.2. Програми на висшите учебни заведения

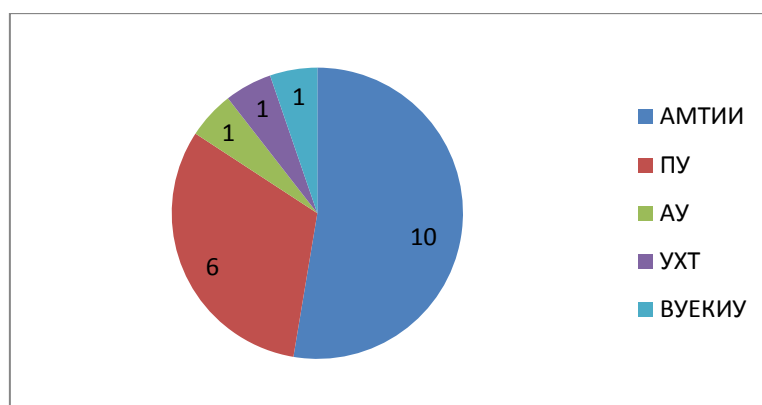
Пловдив е град с добре развита инфраструктура в сферата на висшето образование. От общо 11 висши учебни заведения 5 имат ясно изразено отношение и опит в подготовката на кадри в сферата на културата и туризма.

- **Академията за музикално, танцово и изобразително изкуство** осигурява обучение в 11 специалности за образователно-квалификационна степен „бакалавър“; 4 специалности за образователно-квалификационна степен „магистър“ (след завършено средно образование) и 26 специалности за образователно-квалификационна степен „магистър“ (след придобита степен „бакалавър“). В академията работят авторитетни творчески състави – като Женски камерен хор, Академичен народен хор, Представителен народен оркестър. АМТИИ поддържа също звукозаписно студио и издателско звено. Поспецифична насоченост към управление на изкуството и връзката му с туризма представят двете магистърски програми „Арт мениджмънт“ и „Анимация в изкуството и туризма“.

³⁵ Данните са налични в сайта на Регионалния инспекторат по образование-Пловдив: <http://www.riobg.com/schools>

- **Пловдивският университет „Паисий Хилендарски“** обучава студенти в повече от 60 специалности по природни, хуманитарни, обществени и икономически науки. Университетът предлага специалности в ОКС „бакалавър“, които развиват знания и умения в областта на хуманитарната и социалната сфера. По-пряко насочени към изкуството са бакалавърските специалности „Актьорство за драматичен театър“, „Музика“, „Джаз и поп изпълнителско изкуство“ и др. Разработени са програми за специалности в ОКС „магистър“, подготвящи професионалисти в областта на културата, културното наследство и туризма: „Социални дейности в туризма“, „Културен туризъм и културно проектиране“, Управление на културното наследство“, а от 2015 г. – „Културен мениджмънт“. ПУ поддържа също Учебен театър и издателско звено.
- **Университетът по хранителни технологии** обучават кадри за хранителната и биотехнологичната промишленост. В него е акредитирана и бакалавърска специалност по туризъм, в която има дисциплини, свързани с културата, фолклора и културното наследство на България.
- **Аграрният университет Пловдив** осъществява обучение в четири факултета. Предлага бакалавърска специалност „Аграрен туризъм“.
- **Висше училище Европейски колеж по икономика и управление.** Между поддържаните специалности за висше образование с образователно-квалификационна степен бакалавър „е-Мениджмънт на туристически услуги“, в която се придобиват теоретични и приложни знания и практически умения в областите маркетинг на туристически услуги; реклама на туристически услуги; разработване на проекти и планиране на туристически бизнес; организация на аграрен, културен и екотуризм.

В петте висши училища са разработени и функционират 19 магистърски програми, които съдържат над 211 специфични дисциплини, посветени на изкуството, културата и туризма. Най-голям е броят на програмите, които обучават студенти в Академията за музикално, танцово и изобразително изкуство, следван от Пловдивския университет и останалите висши училища в града.



Фигура 34. Магистърски програми в сферата на културата, изкуствата и туризма във висшите училища на Пловдив

Видно, че висшите училища са загрижени за обучението на професионалисти в областта на хуманитаристиката, културата, изкуствата и туризма. През 2015 г. в АМТИИ и в ПУ се създадоха 3 нови магистърски програми за подготовка на студенти за работа в сферата на археологическото наследство, анимация на изкуствата в туризма и управлението в културата. Магистърската програма „Културен мениджмънт“ на Философско-историческия факултет се създаде в тясно сътрудничество между университетското преподаване, партньори от реалния културен и творческият сектор и с подкрепата на Община Пловдив. Нейното откриване е пример за връзка между университетското обучение и културното предприемачество и отговаря на нуждите на града за подготовка на кадри в областта на културата и във връзка с титлата на Пловдив Европейска столица на културата. Вече има уговорка студенти от програмата да проведат задължителните си учебни стажове именно в ОФ Пловдив 2019.



Фигура 35. Нови магистърски програми в сферата на културата, изкуствата и туризма във висшите училища на Пловдив

Ръстът на магистърските специалности от 14% през 2015 г. сочи за пряко влияние на избора на Пловдив за ЕСК върху образователния процес. Висшите учебни заведения са незаменим ресурс за повишаване на капацитета на участниците в културния процес. По-тясната връзка между културния сектор и образователните институции би дала възможност за привличане на повече млади хора към каузата „Европейска столица на културата“ и би увеличила възможността за изграждане на нови публики.

4.3. Неформално образование

4.3.1. „Модерна Академия за изкуства „Синдикат“

Образователната програма „Модерна Академия за изкуства „Синдикат“ е част от усилията в Пловдив да се създаде и възпита младо, модерно, образовано поколение и образована публика. Проектът е официално регистриран в завършения си вид и програми през май, 2010 година. През 2011 г. му е дадена зелена светлина от Община Пловдив, която го съфинансира. От октомври 2014 г. обучението се осъществява в осем

основни програми: "Литература на XX век", "Модерна музика", "Идеи на XX век", "Визуални изкуства на XX век", "Екранни изкуства", "Модерни методи на мислене", "Графичен дизайн", "Творческото писане". Проектът е уникален за България, а програмите са разработени специално за него. Всички ученици, завършили Академията, придобиват знания и умения, които не получават в училище; попадат в среда на приятели и съмишленици; включват се активно в културния живот на града, участват като доброволци в различни културни събития на Пловдив.

4.3.2. Образователна програма за съвременно изкуство на Фондация „Отворени изкуства“

Образователната програма за съвременно изкуство на Фондация „Отворени изкуства“ се съсредоточава основно върху темата „съвременно изкуство“. Концепцията на инициативата „Въведение в съвременното изкуство“ е разработена съвместно с кураторите Светлана Куюмджиева, Вера Млечевска и Весела Нождарова. Платформата включва тематични лекционни курсове и упражнения с гост-лектори – български и международни художници, критици и куратори. От 2011 г. „Въведение в съвременното изкуство“ има реализирани 5 издания в София, а от 2015 г. се провежда и образователен курс в Пловдив.

4.3.3. Керамично ателие за деца в неравностойно положение

Керамичното ателие за деца в неравностойно положение е организирано по проект за деца и младежи от Дома за деца лишени от родителска грижа „Мария Луиза“ и професионално ориентиране на вече работещи с керамични техники деца от Дом „Олга Скобелева“. За артистичните изяви на възпитаниците са организирани множество изложби и съпътстващи културни събития, както и участие в творчески пленер в керамичната база на „Спектър керамик“ в гр. Брацигово. В проекта са включени 160 деца от двата дома, както и деца със специфични нужди от дневния кризисен център. Работа по проекта осигурява възможности за пълноценно творческо, интелектуално и личностно развитие на обхванатите деца.

4.3.4. Ателие за занаяти

Ателието за занаяти е организирано от Регионална занаятчийска камара-Пловдив през 2015 г. по повод 1 юни – Денят на детето и е финансиран по проект „Културни дейности“ на Община Пловдив. Обучението се провежда в Бакалова къща в Стария град, където децата придобиват умения и чувствителност към занаятите и творчеството, занимавайки се с тъкане, изработване на бижута от мъниста, керамика, изделия от царевична шума и българска везба. В ателието участват 50 души.

Неформалното обучение запълва една празнина в училищното и висшето образование и създава чувствителност към културата, изкуствата и народните занаяти. Чрез тях се изгражда личността на младите хора и се формира усет и желание за развитие чрез творчество. Заедно с това се прави опит и за решаване на социални

проблеми, какъвто е например този за интегрирането на децата, лишени от родителски грижи към обществото.

4.4. Работа с доброволци

В свое становище Европейският икономически и социален комитет подчертава „ключовото значение на доброволчеството за отделните хора като фактор, който улеснява приобщаването, повишаването на личната отговорност и изграждането на умения и мрежи“³⁶. Поради това той прави препоръката Европейската комисия да признае доброволческата политика като хоризонтална политика и да насърчи изграждането на ефективна и добре организирана инфраструктура за доброволчеството на равнище ЕС и държави членки, а също и да повиши капацитета на доброволческите организации и на центрове за предоставяне на информация и обучение и за координиране на дейностите между доброволци и организации.

Трябва да се признае, че в България доброволчеството си пробива път в последното десетилетие и все още не съществуват достатъчно социални инструменти за неговото стимулиране. Законът за доброволчеството продължава да е в проект³⁷, а Наредбата за реда за създаване и поддържане на доброволни формирования³⁸ се отнася само до доброволците, които работят в областта на преодоляване или овладяване на бедствия, пожари и извънредни ситуации. Доброволчеството все още не е позната широка практика в областта на културата, макар да набира все повече популярност. Затова една от основните цели на комуникационната политика на ОФ Пловдив 2019 е да се повиши осведомеността към работата на Фондацията сред широката публика и публично да се повдигне темата „доброволци“. Вече има разработена визия за начина на привличане на доброволци, като най-напред трябва да се привлекат доброволчески лидери, които след това да служат като опора и да помагат за привличане и обучение на още доброволци. Те могат да се групират и обучават според уменията си в различни сфери. Идентифицирането и сегментирането на доброволци по област на умения вече е започнало.

Работата с доброволци е важна част от дейността на ОФ Пловдив 2019. Натрупан е опит, който е важен за разгръщане на дейността. Още през 2014 г. е създадена база-

³⁶ Становище на Европейския икономически и социален комитет относно „Съобщение от Комисията до Европейския парламент, до Съвета, до Европейския икономически и социален комитет и до Комитета на регионите – Съобщение относно политиките на ЕС и доброволчеството: признаване и насърчаване на трансграничните доброволчески дейности в ЕС“ COM(2011) 568 final, Брюксел, 28 март 2012 г.:

http://www.knsb-bg.org/pdf/479/Politikite_na_ES&dobrowol4estwoto.pdf

³⁷ Закон за доброволчеството: <http://parliament.bg/bills/41/202-01-68.pdf>

³⁸ Наредба № Из-1669 от 17 август 2012 г. за реда за създаване, поддържане и водене на регистър на доброволните формирования за преодоляване или овладяване на бедствия, пожари и извънредни ситуации и отстраняване на последиците от тях. В сила от 31.08.2012 г. издадена от МВР Обн. ДВ. бр.67 от 31 Август 2012г., изм. и доп. ДВ. бр.58 от 31 Юли 2015 г.:

<http://www.nspbzn.mvr.bg/NR/rdonlyres/481EA000-A17F-44B5-8E4E-7FFF9D83F180/0/%D0%9D%D0%B0%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%B1%D0%B0%D1%80%D0%B5%D0%B3%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%8A%D1%80%D0%94%D0%A4.pdf>

данни от желаещи хора да се включват в организирани събития и културни дейности. В момента тече проверка на данните и актуализиране на списъците, които съдържат около 200 имена. Сключен е и договор за партньорство с „Национален алианс за работа с доброволци“. Макар вече да се използва доброволчески труд, тази партньорска връзка ще подпомогне методологически и практически работата с доброволци.

В момента текат инициативи за включване на доброволци в дейностите на ОФ Пловдив 2019 – такава е и тази на Математическата, Английската и Френската гимназия, които участват в създаването на доброволческа група ученици за подпомагане на работата на Фондацията. През последните 10 месеца доброволци са се присъединили към следните проекти:

- Детски празник под надслова „Заедно за децата“ по повод една година от избиране на Пловдив за Европейска столица на културата (05.09.2015).
- „Споделено пространство“ е инициатива на ОФ "Пловдив 2019" заедно с партньори и приятели, която с култура и изкуство цели да обживи забравени градски пространства. Инициативата се провежда в района на Тютюневия град (19.12.2015) и е част от програмата на Пловдив – Европейска столица на културата.
- ФОРУМ 2019 – Пространство за дискусии поставя акцент върху срещата “Капана – живият квартал във фокуса на европейска столица на културата” (16.02.2016).
- Коректури на публикувани текстове в сайта <http://tobacco-city.plovdiv2019.eu/>.

Едновременно с това доброволци на ОФ Пловдив 2019 са включени в събития на ОП „Туризм“ и Капана Фест.

Друг инструмент за включване на (млади) хора в работата на ОФ Пловдив 2019 са стажантските програми, които предстои да се развият. Все пак вече има придобит опит за работа със стажанти. Тези, които са били приемани досега, са подготвени от европейски университети и са много мотивирани, част от тях даже са били назначени на работа във Фондацията. Перспективата е да се увеличи броят на стажантите, които да се включат в различни дейности. В това отношение важна роля играе връзката с българските и чуждите университети.

В Пловдив съществува добре развита образователна инфраструктура за обучение в изкуства и култура във всички образователни степени. Висшите учебни заведения и специализираните училища по изкуства са ресурс за повишаване на капацитета на участниците в културния процес. Развито е и неформалното обучение, насочено предимно за деца и младежи, което запълва празнините на системата в училищното и висшето образование. Учениците и студентите, които се образоват в сферата на изкуствата и културата се включват в културния живот и участват като доброволци в различни културни събития на града. Средните и висши училища, неформалните групи за обучение предоставят възможност за привличане на доброволци, за формиране на публики, но също и за задълбочена практическа подготовка на кадри в областта на културата, което е основен мотив на Фондацията да задълбочи отношенията си с тях.

ОФ Пловдив 2019 е започнала работа с доброволци и тя е в своя начален етап. Пред нея се изправя предизвикателството за прилагане на хоризонталните принципи, отнасящи се до прилагане на иновациите, партньорствата, стремежа към устойчиво развитие и превенция на дискриминацията чрез култура, вкл. и чрез доброволчество. Следва да се има предвид, че освен работата за привличане на доброволци, стоят въпросите за повишаване на техния капацитет и личностно израстване, за работа в екип и участие в обществено значими каузи с насоченост към изкуството и културата като форма на творческо развитие, но и като средство за подобряване на градската среда и за решаване на социални проблеми.

5. Медиен мониторинг

5.1. ФОРУМ 2019

Създадената през 2012-2013 апликационна книга представлява идеен проект или обща програма, в която са включени много партньори с множество проекти, а сериозната работа, която стои пред екипа на фондацията, е тази книга да се актуализира, да се установят кои партньорства работят и да се влезе в нови мрежи, ако това е необходимо, както и да се провери кои проекти могат да бъдат изпълнени и какви нови идеи могат да бъдат предложени, без да се излезе от приетата вече концептуална рамка. Важен инструмент за изпълнение на тази задача е „Отворената покана“ и „Регламентът“ към нея – това е и основният инструмент за комуникация, която се осъществява в две направления:

- комуникация с партньори, в които попадат културни оператори от Пловдив и страната, европейските партньори, културни посолства, всички културни и образователни институции и организации (вкл. и училища) и т.н.;
- комуникация с гражданите, т.е. всички, които желаят да участват в Европейска столица на културата, като идентифицират важни проблеми за града и общността, използват творчески подходи за тяхното решаване или поне работят за изграждане на гражданска чувствителност към тях; в тази посока са насочени и усилията за комуникация към доброволците и организациите, които се посвещават да ги обучават.

ФОРУМ 2019 е друг важен инструмент, който има едновременно задачи в комуникационен план, но също и цели повишаване на капацитета на участниците в културния процес при подготовката на Пловдив за Европейска столица на културата. Той замества публикуваната в апликационната книга програма за изграждане на капацитет и стратегия за развитие на публиките SABADPLO. ФОРУМ 2019 е платформа от информационни семинари и събития с основен фокус проекта „Пловдив – Европейска столица на културата 2019“. Целта на семинарите е повишаване на информираността, изграждане и развитие на капацитет и създаване на основа за успешната реализация на проекта ЕСК.

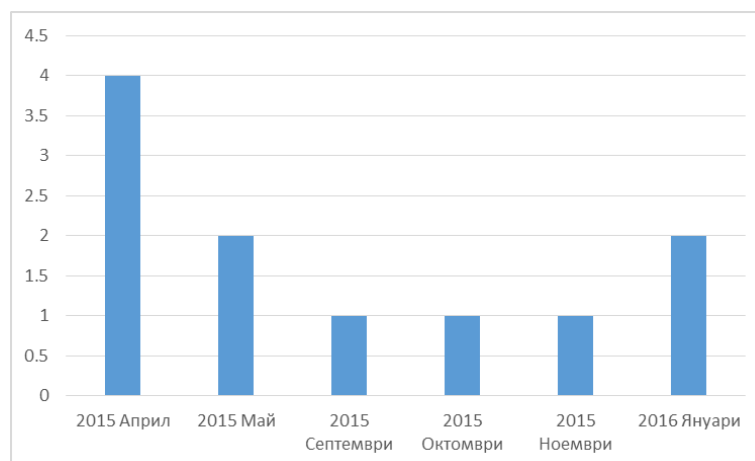
Темите на ФОРУМ 2019 се фокусират се върху основните проблеми, свързани с реализацията на проекта и целта им е да предизвикат професионални дискусии, обмен

на опит и знания и обратна връзка по различни теми от културния сектор. От края на 2015 г., когато платформата ФОРУМ 2019 стартира, в гр. Пловдив са предвидени редица информационни и обучителни срещи:

- Информационни и обучителни срещи, провеждани съвместно с Българското бюро на Програма „Творческа Европа“ по програмите „Творческа Европа“ и „Европа за гражданите“;
- Информационни срещи с бенефициентите от програмата на ОФ Пловдив 2019 за Капана;
- Информационни срещи с регионалните музеи и музейни куратори в Пловдив;
- Информационни срещи и разговори с творци и културни оператори;
- Среща на ОФ „Пловдив 2019“ в София и представяне на програмата на Пловдив за ЕСК пред софийски културни оператори и партньори.

ФОРУМ 2019 е добре подбрано средство за осъществяване на комуникационна политика, която достига до потенциалните „малки“ и „големи“ партньори на фондацията, особено до артистите и културните оператори, които все още нямат достатъчно голям опит в културното проектиране. Това със сигурност подпомага дейностите във връзка с демократизиране на културния процес. Той може да се съчетае и с метода „от уста на уста“, който е избран от фондацията за разширяване на адресатите, към които е насочена информацията и разбирането какво представлява проектът Европейска столица на културата.

Комуникационната политика на ОФ Пловдив 2019 е свързана и с натрупването на опит и капацитет на хората, работещи в самата фондация. Те осъществяват обмени и командировки, пряко свързани с техните дейности по осъществяване на проекта „Европейска столица на културата – Пловдив 2019“.



Фигура 36. Брой международни обмени партньорства на Фондация "Пловдив 2019"

При анализа на международното сътрудничество и партньорства може да се направят следните изводи:

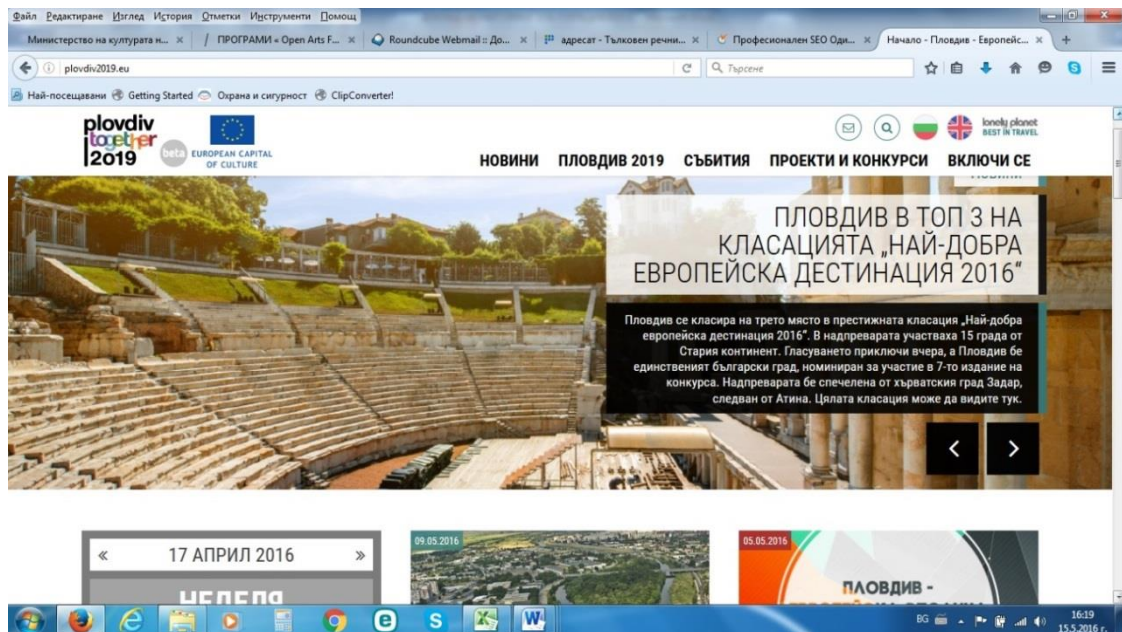
- Най-голяма активност е отбелязана през месеците април и май 2015, когато е обявено решението за избор на града за Европейска културна столица и работата по проекта се активизира;
- В описаните събития свързани с международно сътрудничество са включени седем държави, като водещи по брой посещения са Италия, Полша и Испания;
- Преобладават отчетените събития с международно участие, които са проведени извън България (почти 91% от посочените). Спрямо броят на участниците в отделните събития, този извод се запазва, като в конференции семинари извън страната през 2015 г. са ангажирани почти 86% от всички участвали в тези събития³⁹.
- Включването в международни събития през 2015 се характеризират с по-малък брой участници в отделните конференции и семинари (средно от 1 до 2 участници), докато при отчетените през 2016 г. две събития има общо 9 участника.

Тематиката на посетените конференции, семинари и обучения кореспондира пряко с дейността на Фондацията – над половината са пряко свързани с реализирани проекти за Европейска столица на културата, докато останалите са свързани с управлението на културните дейности. Този факт показва наличието на ясно изразен фокус при избора на събития в чужбина и страната.

5.2. ОФ Пловдив 2019 – уеб сайт и социални мрежи

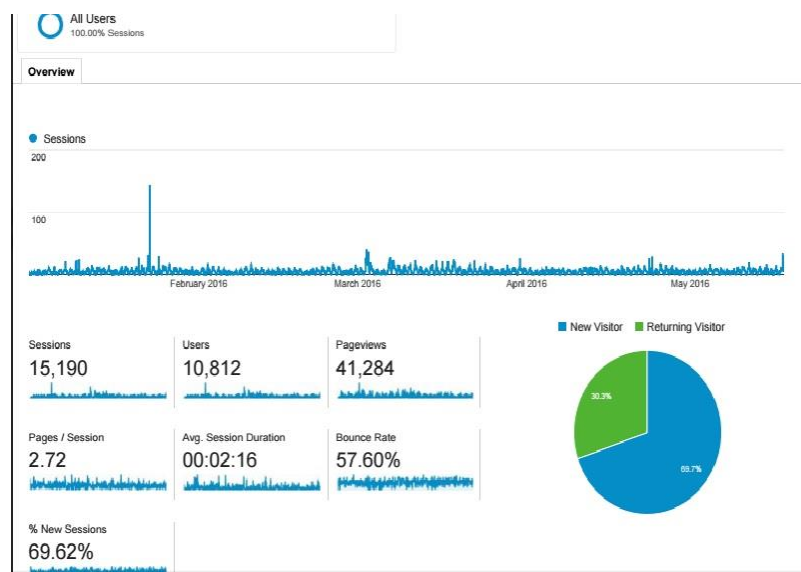
Уеб сайтът „Пловдив Заедно 2019 – Европейска столица на културата“ (<http://plovdiv2019.eu/>) все още е в бета версия, разработена на български и на английски език, и се изчаква изработването на цялостната визуална идентичност на ОФ Пловдив 2019. Той има модерна визия и предлага актуална информация за Фондацията, нейните цели и мисия, текста на апликационната книга, екипа и партньорите, както и всички същностни елементи, които изграждат визията на фондацията и ориентират посетителите към настоящите дейности, събития в различни категории, проекти и конкурси. Направени са връзки със социалните мрежи, в които фондацията и проектът Европейска столица на културата има собствени страници с последователи. С малка анкета се привлича вниманието на посетителите.

³⁹ Данните за 2016 г. са ограничени, което не позволява да се правят изводи, а и до момента на приключване на доклада са изминали по-малко от шест месеца.



Фигура 37. Сайтът на ОФ Пловдив 2019 – Европейска столица на културата Пловдив Заедно 2019

Въпреки, че сайтът е бета версия, интересът към него е голям, а посещаемостта му е особено силна в началото през месеците февруари и март, когато той се появява в интернет пространството. През периода февруари – май 2016 са регистрирани 15 190 посещения, 2/3 от които са на нови потребители, а 1/3 – поддържат постоянно вниманието си към него. Най-голям брой 6 431 са посетителите, преглеждали съдържанието от компютри с регионална настройка на български език (42.33%), следвани от преглед на съдържанието с регионална настройка на американски английски 5 396 (35.52%), а останалите посетители се разпределят с ниски проценти между 86 регионални чужди езикови настройки. Това показва един значителен и постоянен интерес както от български, така и от чужди граждани.



Фигура 38. Посещаемост на сайта на ОФ Пловдив 2019

При проверката за класиране в интернет пространството сайтът е на първо място с ключовата дума „<http://plovdiv2019.eu/>“ и на второ – с „Plovdiv European capital of culture“; изписана на кирилица и на български език „Пловдив Европейска столица на културата“ той не влиза в класацията до 70 място.

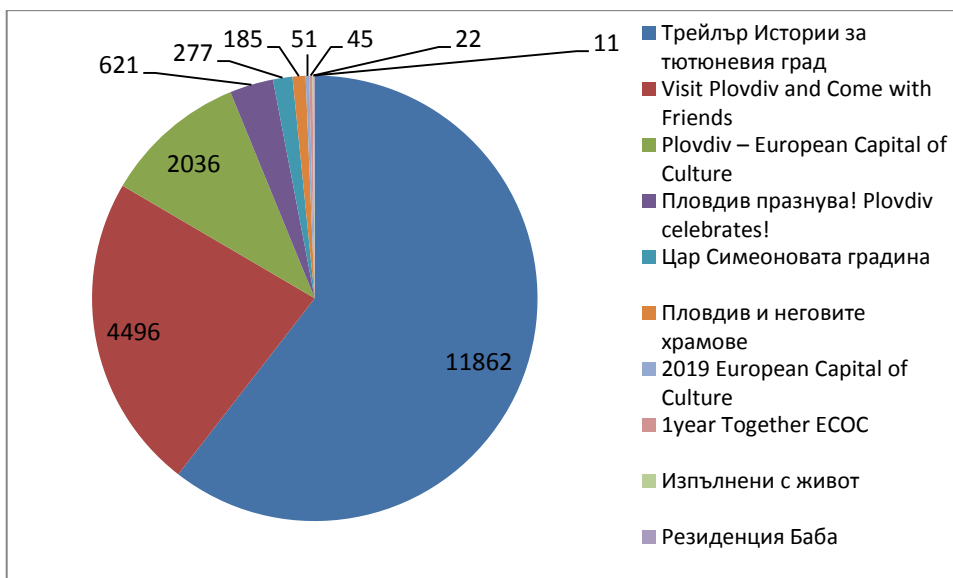
Все още е рано да се направи цялостен SEO анализ, тъй като предстои сайтът да бъде изцяло довършен, а информацията в него да бъде попълвана. Заедно с това се подготвя уеб платформа, която ще е под домейна на уеб сайта. В нея ще има достъп до всички доклади и записки, а също и записи на самите срещи, които вече са/и ще продължават да бъдат видеографирани.

ОФ Пловдив 2019 поддържа свои страници в 6 социални мрежи (Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, YouTube и Google+). Сред тях най-посещавани са Facebook и YouTube, следвани от Twitter, което съответства на общото разпространение на тези мрежи в страната.

Facebook страницата има 22 377 последователи, но числото на всекидневните посетители е различно на брой. Както и при посетителите на сайта на Фондацията, най-голям интерес е проявен през февруари и март, когато те са 10 пъти повече от последователите – най-големият брой посещения 295 817 са отбелязани на 9 март 2016. Прави впечатление, че най-високият брой посетители се съотнася с важни новини от типа „Пловдив в топ 3 на Най-добрите туристически дестинации“ или „Днес събориха втори тютюнев склад, деклариран като културна ценност...“ и т.н., което показва, че истински значимите съобщения в мрежата веднага намират отклик. От средата на март посещенията започват постепенно да спадат, за да достигнат около 25 000 в последните дни на месец май 2016.

Последователите на ОФ Пловдив 2019 в мрежата на Twitter са нараснали със 717 души за периода от февруари 2015 до май 2016 г., като всеки месец посещенията са средно около 500 бр. Най-високо е числото на посещаемостта за месец май 2015 (2 327) и месец юни 2015 (1 235), когато официално е обявен изборът на Пловдив за европейска столица на културата през 2019 г. В мрежата на Pinterest посетителите постепенно се увеличават почти два пъти от март 2016 насам, когато са били 809 души, и достигат до 1 346 души през месец май 2016. В мрежата на Instagram ОФ Пловдив 2019 има 749 последователи, а в тази на LinkedIn са се абонирали 97 души.

В мрежата за видеосподеляне на YouTube 10-те най-гледани документални филми са посетени от 19 606 души. Сред тях е трейлърът на филма „Истории за тютюневия град“ с 11 862 зрители (60%), „Visit Plovdiv and Come with Friends“ – 4 496 (23%) и „Plovdiv – European Capital of Culture“ – 2 036 (10%). Останалите филми и клипове разпределят помежду си ниски проценти на интерес.

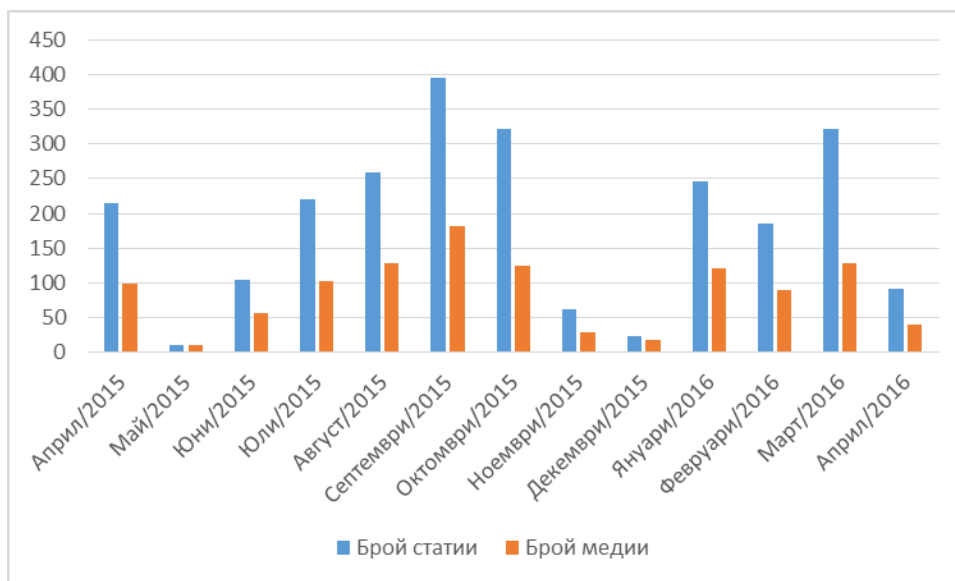


Фигура 39. 10-те най-гледани документални филми в мрежата за видеосподеляне YouTube

Данните за географското разпределение на посещенията сочат, че най-голям брой зрители на посочените филми са от България (65%), с около 5% са зрителите от Великобритания, САЩ и Германия, а останалите до 100% – са разпределени между всички други държави. Това показва, че интересът към проблемите на българската култура и към Пловдив като европейска столица на културата е най-голям сред българите. Те са обърнали най-голямо внимание на обществено значимия въпрос за съдбата на тютюневите складове.

5.3. Публикации в медиите

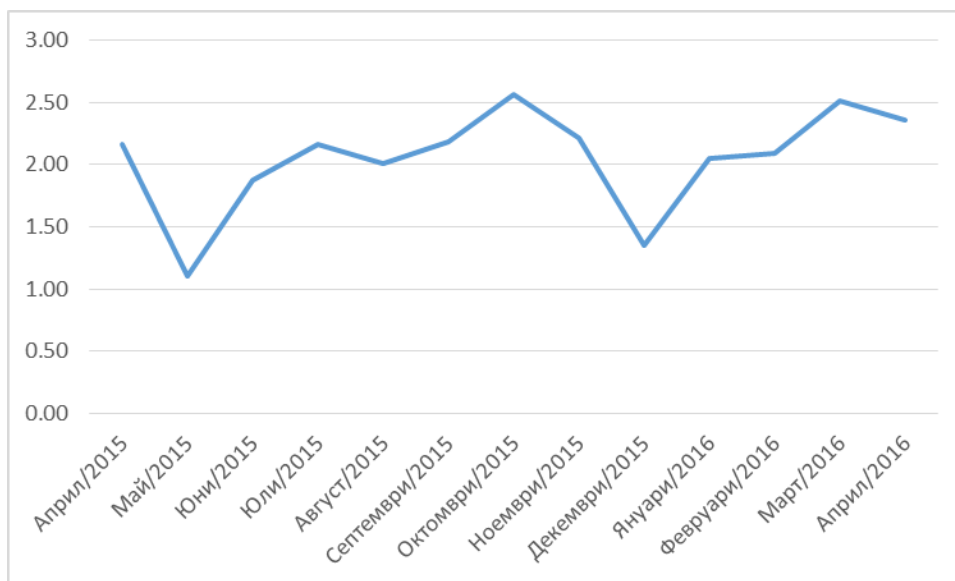
Активността на медиите е проследена от април 2015, когато Министерският съвет одобрява многогодишна програма (2015-2019) за подкрепа на избория за „Европейска столица на културата“ български град“ до април 2016 г. Когато се четат публикациите в медиите прави впечатление, че под понятието култура те разбират предимно висшите достижения на човешкия дух (литература, изкуство и пр.), което задава определен фокус на медийното отразяване на културния живот в града. Социалните и икономическите аспекти на културата се виждат най-често в изказванията и материалите, които са подготвени от екипа на ОФ Пловдив 2019. През този период са публикувани общо 2 457 статии. Графиката показва общата медийна активност изразена като брой статии и включени в кампанията медии.



Фигура 40. Медийна активност за последната година

Информацията позволява да открием две важни тенденции:

- Наличието на цикличност и концентриране на активността през лятото и началото на есента.
- Тази концентрация на медийна активност до голяма степен съответства на наситеността със събития в културния календар – най-много публикации се наблюдават през месец септември (395), когато Пловдив отбелязва първата си годишнина от обявяването на града за Европейска столица на културата 2019 и когато се провежда Есенният салон на изкуствата – мултижанрово събитие, което е и културна марка на града.
- Медийната активност може да бъде обяснена със стремежа да се осигури по-голямо присъствие на туристи и посетители през активния летен сезон. Ако се сравни календарът на културните събития с туристическия интерес, може да се констатира известна взаимозависимост между увеличения брой на културните събития и увеличения туристопоток в Пловдив.
- Забелязва се повишена медийна активност в началото на 2016 година, сравнено с предходната 2015 година. Тя се изразява както в по-голям брой публикувани статии в началото на годината, така и в по-голям брой на ангажирани медии.

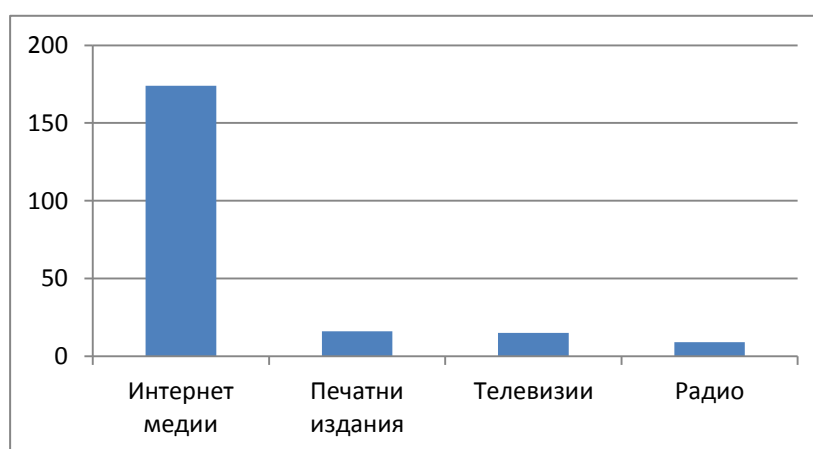


Фигура 41. Среден брой статии в медия

Промените в медийната активност се потвърждават и от таблицата, която отчита стабилно нарастване на средния брой статии в една медия от началото на 2016 година.

Следва да се отбележи също, че в по-голямата си част информацията за културните събития се публикува в националните медии. Статиите, публикувани в чужди електронни и печатни издания съставлява 3.46%. Темите, които те разглеждат, са свързани предимно с връзките на Пловдив като Европейска културна столица 2019 с други европейски столици (Матера, Вроцлав, Сан Себастиан и т.н.).

Фигура 38 илюстрира видът на медиите, които се включват в отразяването на културни събития и на идеите и дейностите на ОФ Пловдив 2019. Най-голям е броят на електронните медии, които се включват в разпространение на информацията, следвани от печатните издания и телевизия и радио. В големите национални медии (БНТ, БНР) най-често се включват културни събития, които имат надрегионален и международен характер или са оценени като събития с високо качество.



Фигура 42. Вид медии, включени в отразяването на културни събития

Относно избора на конкретни медии могат да бъдат изведени следните тенденции:

- Използват се достатъчно широк кръг от печатни и електронни медии, което позволява да се достигне до максимално широка аудитория. Не се забелязва концентрация на съобщенията в определени средства за масова информация (така например през месец април 2016 г., максималният дял на съобщения в най-широко използваните медии е между 8% и 9%).
- Изключително активно се използват медии с добро покритие в града и региона, което позволява много добра информираност относно текущите и планираните културни събития. Едновременно с това е съществен и делът на националните печатни и електронни медии, което дава възможност събития с по-голям мащаб да достигнат до по-широка аудитория.
- Съотношението при използването на печатни и електронни, местни и национални медии варира между отделните наблюдавани месеци, което показва една целенасочена и активно управлявана дейност по оповестяване на събитията в града и региона.
- Особен престиж и известност градът придобива, когато се осъществи връзка с мощна международна медия, като BBC или National Geographic. Създадените филми и публикации информират международната публика за своеобразието и достойнствата на Пловдив, а има и силно въздействие върху българската общественост.

В публикуваните статии се наблюдава и стабилност в посланията с които са свързани анализирани публикации. Основни ключови думи и ключови фрази са: „Пловдив – конкурент за първото място в инициативата „Най-добър град за живеене“, „Фондация Пловдив 2019 – програма, дейност, бюджет“, „Капана – конкурс за трансформирането на квартала и неговото развитие чрез изкуство и култура“, „Небет тепе – запазване на автентичността или бутафорно възстановяване“, „Малката базилика очарова хърватски депутати“, „Резиденция Баба среща ресурсите на младите хора с тези на традиционната култура“, „Кино Космос открива новия арт сезон“, „Международен фестивал за дизайн и визуална култура ONE DESIGNE WEEK“, „Американци, японци, украинци гостуват на фестивала на камерната музика в Пловдив“, „Нещо се случва в Пловдив“, „Египетският жрец под тепетата привлече рекордна посещаемост“, „В Капана се открива първото социално предприемачество за фермерски храни“, „Градът е пъзел, нареди го“, „Събориха тютюневия склад на ул. Одрин № 8“, „Как на остров Адата може да се даде живот?“, „Няма място за партийни пристрастия в културата на Пловдив“ и т.н., и т.н.



Фигура 43. Ключови думи в публикациите

Анализът на ключовите думи позволява да се види, че основните акценти в тях са свързани с културната политика и избора на Пловдив за Европейска столица на културата през 2019 година, както и с дейностите, които осъществява Фондация Пловдив 2019. Едновременно с това темата за културата и културния живот на града често се свързва с политическата активност както в предизборния период за местна власт, така и в работата на Общинските структури след това. Съдържанието на статиите дава възможност да се види и включването на гражданите в културния процес и заемане на позиция по важните въпроси на града (Небет тепе, Тютюневите складове, Капана).

Посланията в медиите представят различни страни от характеристиките на града и начина на живот в него: „Пловдив е в първите места в Европа по брой исторически обекти и открити артефакти“; „Индийският посланик: В Пловдив всеки един камък е пропит с история“; „Община Пловдив спечели почетната награда „Асеновци“ за опазване на културно- историческото наследство“; „Пловдив е обявен от Lonely Planet за една от топ десетте дестинации за 2015 година“; „Пловдив неустоимо пъстър и вдъхновяващ – Виното и храната в града са вълшебни“; „Звездите от Strongman: Пловдив е страхотен град, пълен с хубавици!“; „В Пловдив ще се проведе шестата международна среща на туроператорите: акцент е събитийният туризъм, който е неотменна част от спечелването на титлата Европейска столица на културата, през 2019 г. – Спечелената титла ще осигури устойчив ръст на туристите“; „Пловдив е определен като най-добрия град за бизнес от читателите на вестник „24 часа“ – той е с най-високи показатели за инвестиции в IT сектора“.

Този тип заглавия и съдържания са подкрепени и от публикуваните широко в медиите награди, които получава градът:

- Април 2015: Пловдив с две награди за културен туризъм (Международното туристическо изложение „КУЛТУРЕН ТУРИЗЪМ“ връчи награда „Асеновци“ за опазване на културно- историческото наследство и за най-ефективни рубрики и публикации за опазване на културно-историческото наследство“);
- Юни 2015: Награда за Етнографския музей “2015 Winner of Certificate of Excellence”, медал "2015 TOP CHOICE", победител в категория "Туристическа атракция" (Най-големият световен туристически сайт TripAdvisor отличи Етнографския музей като “2015 Winner of Certificate of Excellence” и медала "2015 TOP CHOICE" на професионалния туристически информационен портал TOP CHOICE на LIANORG);
- 25 юни 2015 г.: Специална награда на Община Смолян (наградени са Градска художествена галерия - Пловдив за плакат на изложбата "Съхранената художествена памет на един френски колеж в България". Журито присъди Почетен диплом на Регионален исторически музей – Пловдив.);
- Ноември 2015: Приз „Европейски фестивал“ (Четири пловдивски фестивала с европейска награда за качество. На специална церемония, организирана от Българската фестивална асоциация (БФА) част от проекта „Европа за фестивалите. Фестивалите за Европа“ (ЕФФЕ).
- 09 Декември 2015: Награда за Балканска столица на културата (Най-старият град в Европа - Пловдив, и шести най-стар жив град в света, получи заслужена номинация за Балканска столица на Културата от годишните награди BALKAN AWARDS FOR TOURISM INDUSTRY 2015.)
- Февруари 2016: Пловдив спечели приза "Най-зелената община" за 2015 г. (Пловдив спечели конкурса, организиран от "Екопак България" за "Най-зелена община" на 2015 г.);
- 24 март 2016: Наградата "Голяма община с принос в развитието на бизнеса" (Община Пловдив с наградата "Голяма община с принос в развитието на бизнеса" на тазгодишната церемония за значими постижения в бизнеса - VIP Business Awards 2016);
- Април 2016 г.: Награда „Най-оригинално събитие в областта на културния туризъм“ (Община Пловдив с награда от Международното туристическо изложение за "VIII - та Международна среща за туризъм");
- Април 2016: Отличие за опазване на културно-историческото наследство (Пловдив с награда за туризъм на Фестивал за култура и стратегии в Дубровник, проведен от 27 до 30 април 2016 г.);
- Април 2016: Бизнес град на България за 2015 (Пловдив получи наградата "Бизнес град на България за 2015 г." на официалната церемония по обявяване на най-добрия град за живеене у нас.).

Получените награди и посланията в медиите позволяват да се изгради образът на Пловдив като древен и заедно с това динамичен съвременен град, в който може да се развива бизнес, град с престиж, добър за живот и привлекателен за туристите и гостите на града. Заедно с това не се спестяват критики, които са включени в дискусиите за развитието на града, като се изразяват позиции и се отстояват ценности при гражданската мобилизация за участие в местните (културни) политики.

ОФ Пловдив 2019 има разработена комуникационна политика, която стъпва на широк диалог с различни партньори, като използва серия от информационни срещи, както и ФОРУМ 2019, който е едновременно средство за комуникация и форма за обучение и повишаване на капацитета на културните оператори в града.

Важен инструмент за осведомяване и привличане на партньори е създадения уеб сайт и страниците на фондацията в социалните мрежи. Анализът на тяхната посещаемост показва, че интересът към проблемите на културата и към Пловдив, като европейска столица на културата, е най-голям сред българите. Това се отнася и до публикациите в медиите, чиято информация за културния живот в най-голямата си част заинтересува аудитория предимно от града и региона. Съдържанието на статиите показват, че подготовката на журналистите за истински дебат в областта на културата не е достатъчна – често се забелязва разпространяването на един и същи текст в различни медии.

Големите национални медии (БНТ, БНР) най-често включват в своите емисии културни събития от Пловдив, които имат надрегионален и международен характер или са оценени като събития с високо качество. Особен престиж и известност градът придобива, когато се осъществи връзка с мощна международна медия, като BBC или National Geographic. Създадените филми и публикации информират международната публика за своеобразието и достоинства на Пловдив, а има и силно въздействие върху българската общественост.

Посланията в медиите позволяват да се изгради образът на Пловдив като древен и заедно с това динамичен съвременен град, в който може да се развива бизнес, град с престиж, добър за живот и привлекателен за туристите и гостите на града.

6. Културно наследство и туризъм, културни и творчески индустрии

6.1. Културно наследство и музеи

Обликът на Пловдив се изгражда чрез взаимодействието на съвременната среда с богатото материално и нематериално наследство, носещо в себе си традициите и ценностите на цивилизации и народи, на многообразието от общности, езици и представи, на съчетанието между природа и култура. Институциите, които се грижат за културно-историческото, архитектурното и природното наследство са музеите. Частните колекционери нямат достъпни електронни страници, поради което те не намират място тук. За тези институции, които са участвали в проведената анкета, са

приведени и последните налични данни за материално осигуряване, реализирани дейности и човешки ресурси.

Музей	Адрес
<u>Регионален исторически музей</u> Експозиция „Съединение на България“ Експозиция „Българско Възраждане“ Експозиция „Българско книгопечатане“ Експозиция „Нова и най-нова история“	Пл. „Съединение“ № 1 ул. „Цанко Лавренов“ 1а ул. „Митрополит Паисий“ № 2 ул. „Ангел Букорещлиев“ № 14
Регионален археологически музей	пл. „Съединение“ № 1
Регионален етнографски музей	ул. „Д-р Стоян Чомаков“ № 2
Регионален природонаучен музей	ул. „Христо Данов“ № 34
<u>Градска художествена галерия</u> Зала за временни експозиции Експозиция „Българско изкуство“ Експозиция „Икони“ Експозиция „Цанко Лавренов“ и „Мексиканско изкуство“ Експозиция „Енчо Пиронков“	ул. „Княз Александър I“ 15 ул. „Съборна“ 14 ул. „Съборна“ 22 ул. „Артин Гидиков“ 11 ул. „Васил Кънчев“ 1
Къща-музей „Златю Бояджиев“	ул. „Съборна“ 18
Постоянна експозиция на Георги Божилов – Слона	ул. „Княз Церетелев“ 1
Постоянна експозиция на Димитър Киров	ул. „Кирил Нектариев“ 15

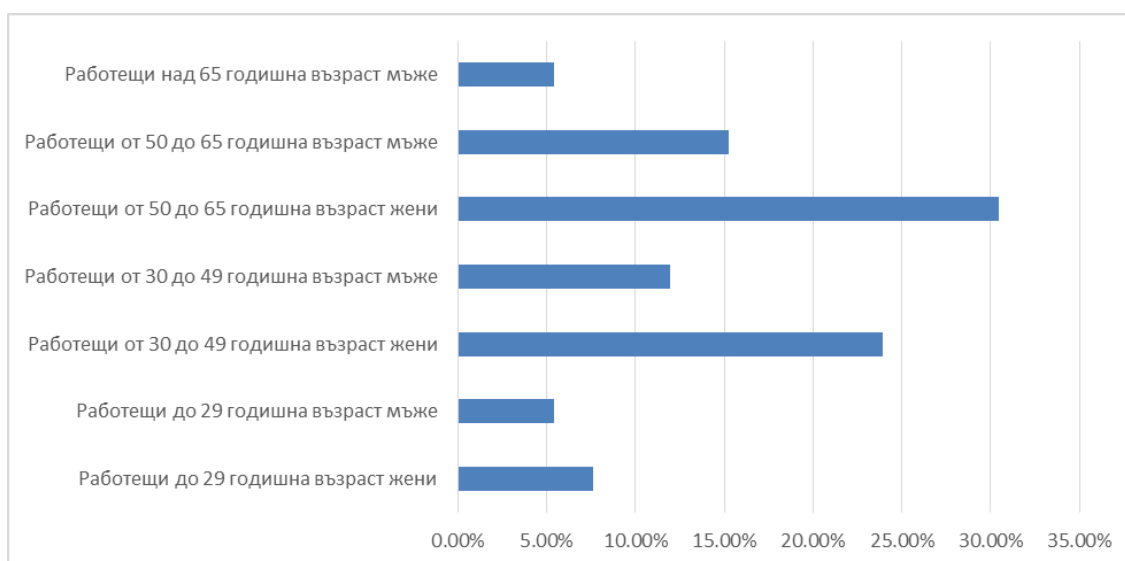
Пловдив е градът в България, в който са съсредоточени най-много регионални музеи, както и регионален архив и регионална библиотека. Това е статут, който се присъжда от Националният център за музеи, галерии и изобразителни изкуства към Министерството на културата при условие, че музеят е покрил съответни високи стандарти по отношение на капацитет и материална база. Придобиването на такъв статут от всички музеи в Пловдив показва стремежа им да бъдат на високо равнище в своята професионална дейност.

При анализа на културните дейности в музеите е необходимо да се отчитат следните фактори, които изискват по-специфичен подход в сравнение с културните организации от Капана и галериите:

- Общият брой на музеите не е голям, поради спецификата на тяхната дейност. Едновременно с това е налице специализация на отделните музеи, което прави по-трудно сравняването на абсолютните стойности на отделни показатели като посещаемост (тъй като те зависят и областта на специализация, а не само от усилията и ефективното управление на съответния музей);
- Музеите участващи в анкетата имат дълга история и сериозен натрупан опит при своето съществуване. Поради тази причина те се сблъскват със характерни проблеми, като остаряваща база и необходимост от нейното подновяване;
- Силно специализираната дейност и необходимото технологично време за подготовка и събиране на една експозиция, предполагат по-голям мащаб, финансиране и продължителност на отделните проекти.

Процентът на зетите с висше образование в музеите е много висок – при анкетираните музеи, зетите, притежаващи висше образование, е почти 70%. Характерно за анкетираните музеи е, че в много по-висока степен спрямо останалите включени в изследването организации, са посочени участия в краткосрочно и дългосрочни квалификационни курсове.

Както и при останалите анализирани организации, зетите жени преобладават в по-голямата част от възрастовите групи (изключение прави само групата на зетите над 65 годишна възраст, които обаче като абсолютен брой са много малко). Най-голям е броят на работещите във възрастовата група между 50-65 годишна възраст, следвана от групата (жени) на възраст от 30-49 години. Броят на групата работещи до 29 годишна възраст е много малка – под 10%, което показва известно застаряване на персонала.



Фигура 44. Възрастова структура на зетите в анкетираните музеи

При анализа на зетите в анкетираните музеи се открояват следните тенденции:

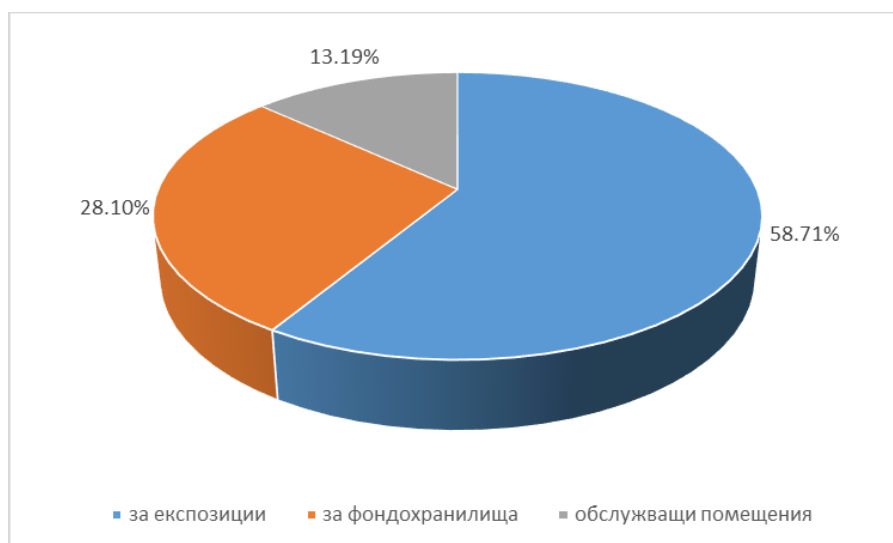
- Почти изцяло (95.79%) зетите са на пълен работен ден. Това предполага тяхната дългосрочна специализация в реализираните дейности и повишаване на тяхното качество. От друга страна това ограничава гъвкавостта на организацията;
- Участието на доброволци и стажанти е в по-малък мащаб и значително по-ограничено отколкото при останалите анализирани организации⁴⁰;
- Броят на зетите е много близък при отделните музеи, които участват в анкетата.

⁴⁰ Анкетираните музеи не са посочили изобщо използването на доброволци и стажанти в обобщената част на анкетата. Но едновременно с това са посочили образователни характеристики на доброволците, което означава, че все пак се ползват такива.



Фигура 45. Структура на заетите в анкетираните музеи

Сградният фонд на музейна инфраструктура е добре поддържан, а по функции той се разпределя между експозиционна площ, помещения за фондохранилища и обслужващи помещения, които са и най-висок процент.



Фигура 46. Разпределение на музейната инфраструктура по функции

Това показва, че при необходимост пространствата, предназначени за експозиция или фондове за съхраняване на движимите ценности, могат да бъдат увеличени за сметка на обслужващите помещения.

- При анализа на финансирането се открояват следните важни особености:
- Поради спецификата на дейността музеите разчитат преди всичко на държавно и общинско финансиране;

- Сериозно е застъпено участието в национални програми и проекти с цел осигуряване на допълнително финансиране – такова участие са посочили 80% от анкетиранияте;
- Има потенциал за набавяне на допълнително финансиране по международни програми и проекти, като участие в такива са посочили само 40% от анкетиранияте музеи.

Използването на разполагаемите ресурси за реализацията на културни проекти носи някои от спецификите, които вече бяха посочени при анализа на галериите. Например, посочената посещаемост на различните събития се колебае в широки граници, което е показателно за реализирането както на проекти насочени към по-широк кръг посетители, така и на специализирани изложби и работилници.

Научно-изследователската дейност на музеите е свързана с проучването, опазването и социализацията на обектите на културно-историческото, документално и литературно наследство на територията на Пловдив и Пловдивска област. Изключително богати са техните специализирани библиотеки и научни архиви, които не винаги намират своя нов живот в публикации или презентации.

Проектите за изучаване и популяризиране на културното наследство са важни за постигане на резултати в дейността на специализираната културна инфраструктура. През настоящата година продължава реализацията на три проекта в които РАМ – Пловдив участва, като един от тях - „Europeana Photography“ е с много сериозно международно представяне (участници от 13 страни). Специална награда на Община Смолян получават и Градска художествена галерия - Пловдив за плакат на изложбата "Съхранената художествена памет на един френски колеж в България", а Регионален исторически музей – Пловдив получи Почетен диплом за цялостна работа (2015).

Фондовата работа е една от основните музейни дейности за съхраняване на културно-историческото и природното наследство. Още през 70-80-те години на ХХ в. е приета идеята фондовете да се използват като втора експозиционна площ, открита за наблюдение и изследване. В съвременността много европейски музеи прилагат тази практика, но тук все още съществуват трудности в това отношение.

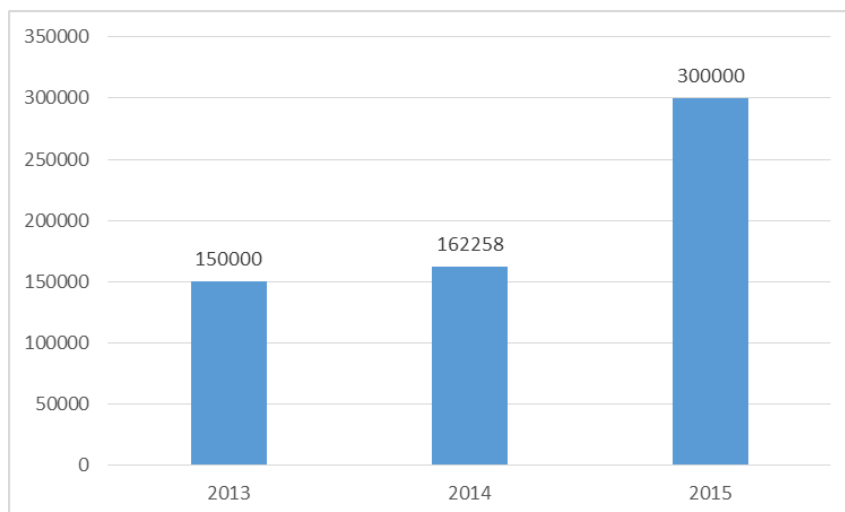
Съвременните информационни и комуникационни технологии предоставят възможността за нов тип съхраняване на културните ценности и формиране на т. нар. дигитално наследство. Дигитализирането дава възможност за натрупване на огромен обем цифровизирана информация и за създаване на виртуални изложби, достъпни до все по-голям кръг потребители, което отваря съвсем нови хоризонти пред музейните институции. Големи масиви дигитализирани материали притежават Регионалният държавен архив-Пловдив, Регионалната народна библиотека-Пловдив и Общински институт „Старинен Пловдив“. Политиката за активно използване на новите технологии води до разработването на мащабен проект „Дигитално културно-историческо наследство на Община Пловдив“ по Програма BG 08 „Културно наследство и съвременни изкуства“ Мярка 2 „Документиране на културната история“ на Финансов механизъм на Европейското икономическо пространство 2009-2014, който се

изпълнява в партньорство между Община Пловдив и Общински институт „Старинен Пловдив“, Регионален археологически музей – Пловдив, Регионален исторически музей – Пловдив, Регионален етнографски музей – Пловдив, Градска художествена галерия – Пловдив, Регионална Народна библиотека – Пловдив. Дигитализирането на културното наследство от всички отговорни културни институции в града ще позволи не само неговото опазване и защита, но и добрата социализация, като даде възможност неговите основни части да се превърнат в/ или да станат част от стойностен културен продукт.

Музеите извършват активна експозиционна работа. Тя има два аспекта: изграждане на постоянна музейна изложба и разработване на временни изложби, представящи по различен начин спецификата на съответния музей. Състоянието на постоянните музейни изложби съдържа доста противоречиви черти. От една страна, може да се говори за остаряла концептуална рамка, какъвто е случаят с постоянната експозицията на Регионален етнографски музей – Пловдив, създадена през 1962 г.; част от експозициите на Регионален исторически музей-Пловдив, открити съответно: Експозицията за историята на книгоиздаването в Пловдив и Пловдивския край през 1975 г., „Съединение на България 1885 г.“ през 1985 г. и т.н. Остарялата концепция на част от постоянните експозиции на музеите е пречка както за привличането на посетители и туристи, така и за изграждането на Пловдив като привлекателна туристическа дестинация.

От друга страна, се наблюдават съвременни концепции и визии на музейните експозиции. Една от най-съвременните музейни експозиции е тази на Регионалния археологически музей-Пловдив. Пълно обновяване на специализираната музейна инфраструктура може да се открие в преустройството на Регионалния природонаучен музей, който по жив начин ще запознава посетителите с растителното и животинско биоразнообразие, ще привлича интереса и с новия дигитален планетариум. Съвременният тип музейни експозиции отговаря на най-новите тенденции в музеологията от началото на XXI век, която е насочена към пряко включване на посетителя в музейното пространство – експозиция, която е не само източник на информация, но превръща посещението на музея в преживяване.

Общата сума на разходите за реставрация, консервация и строително-ремонтни дейности на недвижими културни ценности през последните четири години е приблизително 1 348 000 лв., като средната стойност изразходвана за година на отделните обекти е малко над сто хиляди лева (разбира се тази сума е силно спекулативна, тъй като една малка част от ремонтите са с голяма стойност и указват сериозно влияние върху средната).



Фигура 47. Разходи за реконструкция на регионалния природонаучен музей

Пълното обновяване на специализираната музейна инфраструктура е нелесна решителна крачка към издигането ролята на музеите както в образователната, така и в туристическата сфера.

Временните изложби са важна част от работата на музейните специалисти. През текущата година Регионалният археологически музей има развити и представени десет съвместни експозиции, включително с музеи и институции от чужбина, които се радват на сериозен интерес от страна на публиката. В своите изложби музеят представя местното археологическо наследство в балкански и европейски контекст, което прави разбираеми посланията и сближава публиката. През 2015 година Регионален етнографски музей има развити и представени дванадесет съвместни експозиции и шест пътуващи експозиции, които са обект на голям интерес (девет от посочените съвместни експозиции отбелязват 5000 или повече посетители).

Анализът на временните изложби показва, че не всички музеи обръщат достатъчно внимание на онова наследство, което представя спецификата на пловдивската култура, нейния градски характер и традиции. Смятаме, че това е едно поле за работа на музейните институции, чрез което могат да се открият допълнителни черти към образа на Пловдив и неговото своеобразие в контекста на събитията, които предстоят през 2019 г.

Анимацията на културното наследство е важна част от работата на музейните институти в града. Общински институт „Старинен Пловдив“ се стреми да създава и подкрепя качествени събития с национална и международна значимост. Едно от големите събития, на които Общински институт „Старинен Пловдив е партньор, е фестивалът „Дни на музиката в Балабановата къща“. Това е емблематично събитие с награда за най-добър музикален проект за 2012 г. и за най-добър музикален мениджър на 2013 г.

Ключово събитие е „Празникът на Стария град“, който от 2012 г. започна да се провежда в рамките на цяла седмица с много привлечени в събитието външни институции. В рамките на “Националния есенен салон на изкуствата” множество

културни събития традиционно се случват на територията на “Старинен Пловдив”. Институцията участва активно и в двете “Нощи на Музеите и галериите” - едната през май – европейската, и – пловдивската през септември, в “Дефиле на младото вино” съвместно с Съвет по туризъм, както и в Панаир на занаятите заедно със Регионална занаятчийска камара Пловдив и т.н. Друг основен партньор е Общинска фондация Пловдив 2019, с която заедно работят за събитието „Празник на Стария град“ и който се осъществява, благодарение на добро взаимодействие между двете институции.

Регионалният етнографски музей организира Седмица на занаятите, Празник на майстора, Международно биенале „Майстори на карикатурата (съвместно с Дома на хумора и Сатирата – Габрово), участва в Нощта на музеите и галериите, домакин е на Международния фестивал на камерната музика.

Анимацията на културното наследство е специфична дейност, чрез която то се превръща в преживяване на посетителите. Ако се обърне повече внимание и се повиши капацитетът на специалистите, които са отговорни за нея, това би подпомогнало и превръщането на Пловдив в по-желана туристическа дестинация.

Партньорствата са част от всекидневната работа на музейните институции. Те дават възможност на специализираните институции да работят в мрежа и да споделят идеи и послания, което е добра основа на иновативни решения в областта на културата и културното наследство. Регионалният археологически музей-Пловдив продължава да развива успешно връзките си с културни и образователни институции (3 подписани договора през 2014 и 2 през 2015 година). През 2014 година, музеят има подписани 4 договора за сътрудничество, два от които с висши учебни заведения. Музеите и Общински институт „Старинен Пловдив“ представят българското културно наследство и са пример за взаимодействие в партньорство с други организации в културната сфера. Те имат богат културен календар, представящ различни по характер събития. Това, което прави впечатление, е недостатъчната популяризация и реклама на дейностите.

Комуникационната политика на музеите отразява спецификата на работата им и е насочена към представяне на техните дейности, програми и изложби на собствени електронни страници и в социалните мрежи. Може да се каже, че те са почти единствените инструменти за популяризиране на дейността им. Повечето от тях са разработени на български и на английски език, което позволява информацията да достигне до потенциален по-широк кръг потребители. Не всички, обаче, поднасят материалите по съвременен и атрактивен начин. Електронните страници на всеки музей има свои особености и акценти:

- Сайтът на Регионалния археологически музей-Пловдив⁴¹ е информативен и атрактивен, като представя всички дейности на музея и осигурява виртуална разходка в неговите зали.
- Сайтът на Регионалния исторически музей-Пловдив⁴² отразява работата с различен тип публики, като акцентира върху обучението на ученическата и

⁴¹ Сайт на РАМ-Пловдив: <http://www.archaeologicalmuseumplovdiv.org/>

⁴² Сайт на РИМ-Пловдив: <http://historymuseumplovdiv.org/>

младежка публика, за която екипът разработва специализирани програми. Включена е актуална информация за дейностите, услугите и мобилните изложби на музея, като е обърнато внимание на дигиталното наследство и i- музея.

- Регионалният етнографски музей-Пловдив⁴³ насочва вниманието на публиката към календара на събитията, които организира. Интересът на публиката се привлича с три виртуални изложби, заснети в доста статичен вид, през 2015 г.
- Сайтът на Регионалния природонаучен музей-Пловдив⁴⁴ е обновен, а неговата история и експозиция е представена в пълнота.
- Съвсем практическа насоченост имат сайтовете на Регионален държавен архив-Пловдив⁴⁵ и Регионална народна библиотека-Пловдив⁴⁶, които имат задачата да удовлетворяват потребностите на своите читатели. Регионална народна библиотека „Иван Вазов“ информира обществеността за събитията, които организира през своята официална Фейсбук страница и сайт на библиотеката. Фейсбук страницата е много по-активна и динамично публикуваща, събитията се отразяват предимно там, за сметка на сайта на библиотеката, който е свързан повече с оперативната работа на институцията.
- Сайтът на Градска художествена галерия⁴⁷ представя жанровото многообразие на своите фондове и експозиции и има много ясна естетическа, научна и образователна стойност. Тя също, както и РИМ-Пловдив, е включила в сайта си линк към дигиталното културно-историческо наследство на Община Пловдив.
- През 2013 г. бе изработена визия на нов уеб сайт на Общински институт „Старинен Пловдив“⁴⁸, който популяризира културно-историческото наследство на Пловдив по съвременен и атрактивен начин, включително чрез виртуални разходки из обектите.

Подобно на останалите изследвани организации, музеите имат сериозно присъствие онлайн, като всички участници в анкетата разполагат със специализирана страница и активно се възползват от социалните мрежи (най-вече Facebook). Само Регионалният исторически музей – Пловдив е посочил, че заедно със сайта се ползват и YouTube за представяне на дейностите си.

В почти всички културни институти се развиват дейности, свързани със сувенирната реклама. Изградени са нови специализирани места за продажба на сувенири и предоставяне на информация на туристи и посетители на обект Римски стадион, в Регионален археологически музей и Градска художествена галерия, нов туристически център в Стария град.

⁴³ Сайт на РЕМ-Пловдив: <http://www.ethnograph.info/front/index.php>

⁴⁴ Сайт на РПНМ-Пловдив: <http://rnhm.org/bg/home>

⁴⁵ Регионален Държавен архив-Пловдив: <http://www.archives.government.bg/441-%D0%A0%D0%94%D0%90%D0%9F%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%B4%D0%B8%D0%B2>

⁴⁶ Народна библиотека „Иван Вазов“ Пловдив: <http://www.libplovdiv.com/index.php/bg/>

⁴⁷ Градска художествена библиотека-Пловдив: <http://www.galleryplovdiv.com/>

⁴⁸ Сайт на Общински институт „Старинен Пловдив“ <http://www.oldplovdiv.com/>

Активно работят и щандовете Регионален археологически музей и Регионален етнографски музей. През 2014 година Регионалният археологически музей е реализирал собствени приходи от продажба на сувенири и издания в размер на 4.8% от общия му определен бюджет. Регионалният етнографски музей е реализирал собствени приходи от продажба на билети в размер на 36.9% от общия му определен бюджет, като посочените в анкетата суми от продажба на сувенири за годината не оказват съществено влияние върху общите приходи.

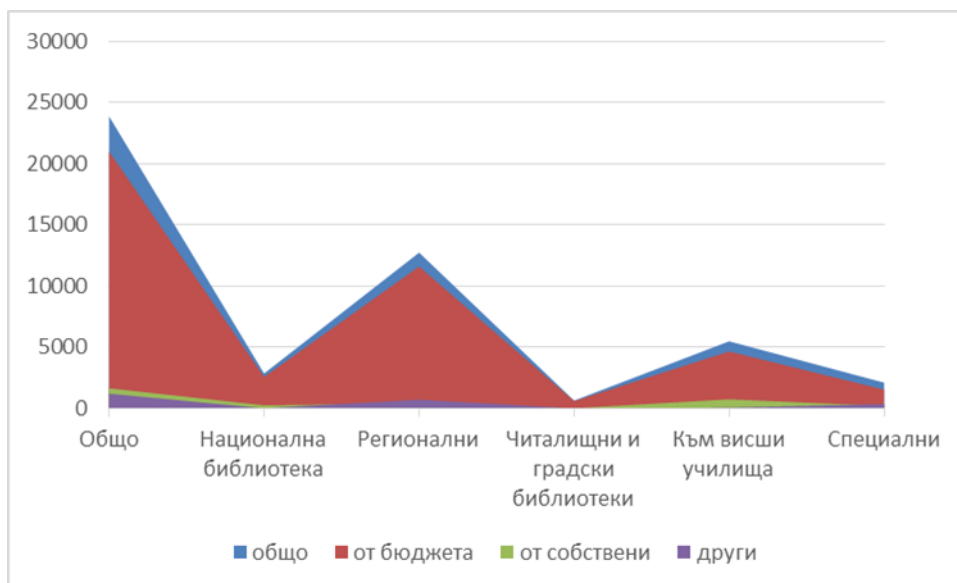
С оглед провеждането на по-целенасочена политика по отношение промотирането на културно-историческото наследство на Пловдив и на туристическото обслужване, от 2012 година насам се извършват промени, както в организационната структура на ОИ „Старинен Пловдив“, така и в ценовата политика с оглед обхващането на по-широк спектър индивидуални и групови туристи. Въвеждат се фамилни билети, билети за организирани групови посещения, обиколни пешеходни турове и др. В резултат на това потреблението на комбинираните туристически услуги, а именно посещение с екскурзоводска беседа (на български, английски, руски, френски, немски, чешки език) се увеличава и се отчита ръст на туристопотока и приходите в обектите на ОИ „Старинен Пловдив“.

В контекста на силна зависимост от бюджетното финансиране, прави впечатление, че всички музеи участвали в проучването, реализират разнообразни проекти и партньорства, които са сериозна възможност за повишаване на финансовата самостоятелност. Средната посещаемост за тези съвместни проекти и временни експозиции за регионалният археологически музей Пловдив е над 2 260 души (а напр. посещенията на „Среща с египетски жрец“ са 6 700). Това показва, че качествените предложения предизвикват вниманието и привличат публиката.

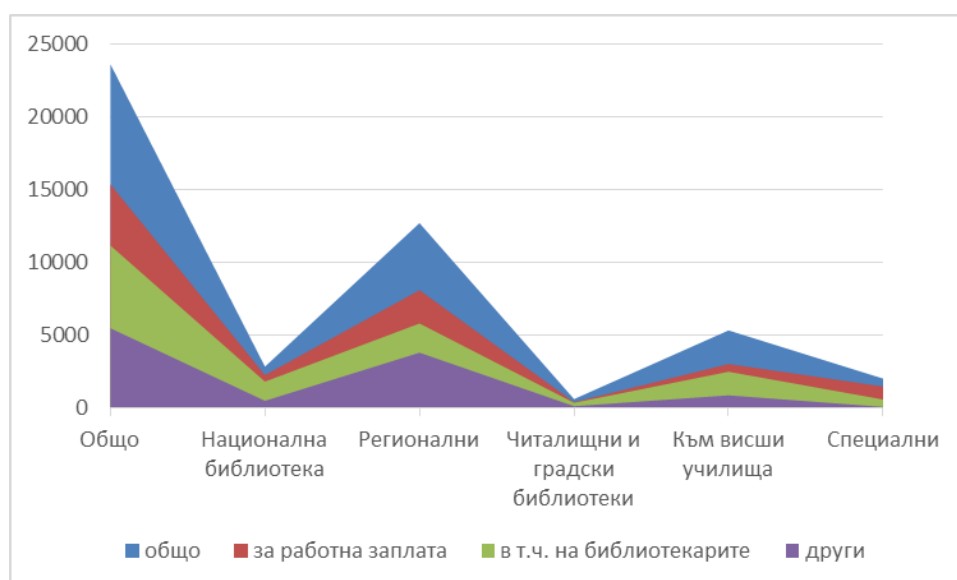
6.2. Библиотеки и библиотечни фондове

Развитието на библиотеките и библиотечните фондове има дълга история, като народната библиотека „Иван Вазов“ има повече от 135 годишна история. Общо на територията на Пловдив има 253 библиотеки, вкл. ведомствени и читалищни, които представляват 33% от библиотеките в Южен централен район и 6.4% от всички библиотеки в страната. По отношение на библиотечния фонд обаче в града са разположение 45% от наличния фонд за Южен централен район и 6.2% от библиотечния фонд в страната. Данните на НСИ показват, че този фонд се използва активно, като на град Пловдив се падат 8.5% от посещенията в библиотеки и 9% от общия брой на заемания на книги в страната.

Трябва да отбележим, че количествените показатели за библиотечния фонд следва да бъдат разглеждани в контекста на установения модел на финансиране на библиотеките, а той е в изключително голяма степен зависим от бюджетно финансиране и ориентиран към покриване на текущите разходи за заплати и поддръжка.



Фигура 48. Приходи на библиотеките в национален мащаб (Източник НСИ)



Фигура 49. Разходи на библиотеките в национален мащаб (Източник НСИ)

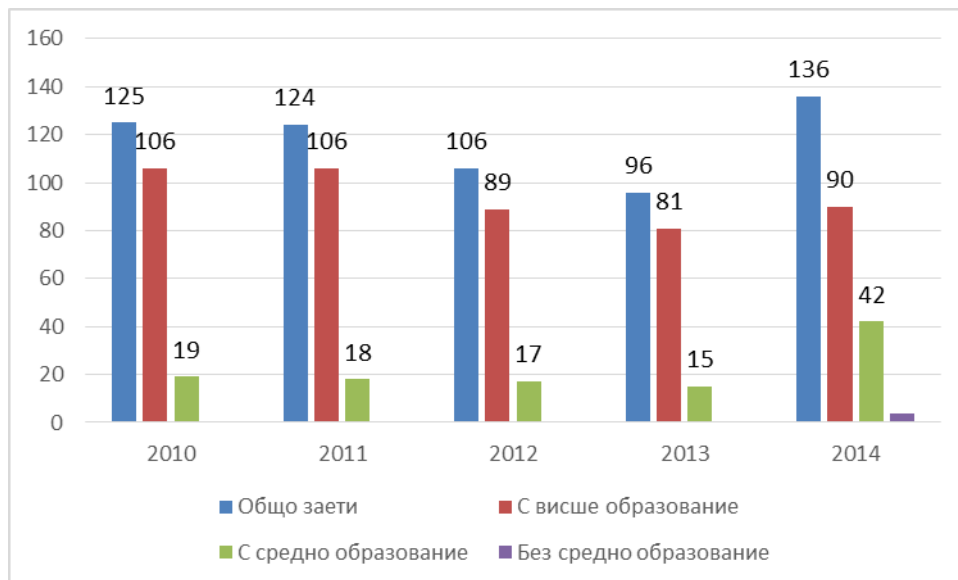
В този контекст една от положителните тенденции е възможността за финансиране по различни проекти, както и дигитализирането на наличните източници с цел достигане до по-широка публика и оптимизиране на разходите. Народна библиотека „Иван Вазов“ използва тези възможности и модернизира своя фонд с новите технологични възможности.

Една от характерните особености на развитието на библиотеките в града е, наличието на сериозна концентрация, като например на библиотека „Иван Вазов“ се падат 31.2%⁴⁹ от наличния библиотечен фонд. Тази до голяма степен исторически наложила се концентрация два възможност за реализирането на поне три положителни ефекта – да се оптимизират разходите (посредством икономии от

⁴⁹ Данните са получени при съпоставяне на информацията от НСИ и информацията получена в процеса на анкетиране.

мащаба), да се улесни реализиране на партньорства и участия по проекти (благодарение на наличния капацитет и висококвалифицирани кадри) и да се въведе по-бързо дигитализация на наличните фондове.

По отношение на наличните човешки ресурси, важна особеност е високият процент на заетите с висше образование, спрямо общият брой заети, които работят в библиотеките.



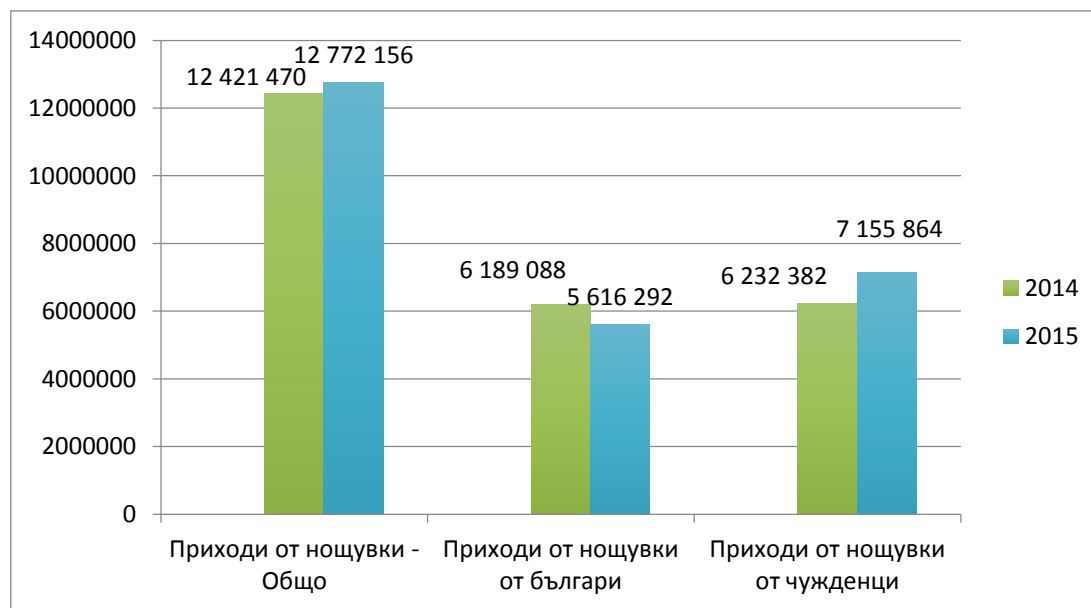
Фигура 50. Заети по години и образование в библиотеките в град Пловдив

Като отчетем наблюдаваните темпове на изменение в броя на информационните източници, с които разполагат регионалните библиотеки (+0.63% за 2012, +0.26% за 2013 и +0.51% за 2014), интересът, на който те се радват от страна на читателите си (+2.45% за 2012, -3.58% за 2013 и +16.27% за 2014), и тяхната осигуреност с високообразовани кадри, може да заключим, че библиотеките в Пловдив имат възможност да продължат успешно своето развитие и мисия. Данните от проведеното анкетно проучване показват също така, че библиотеките са ангажирани с редица проекти (напр., открити уроци, изложби, обучения) което позволява тяхното отваряне и съпричастност към редица културни инициативи (а не само концентриране върху една основна дейност). Тези процеси, особено ако са свързани с реализиране на международни партньорства и участие в различни финансиращи програми биха могли да осигурят допълнително финансиране и да доведат до не чак толкова висока степен на зависимост от финансирането от държавния и местни бюджети.

6.3. Културно наследство, култура и туризъм

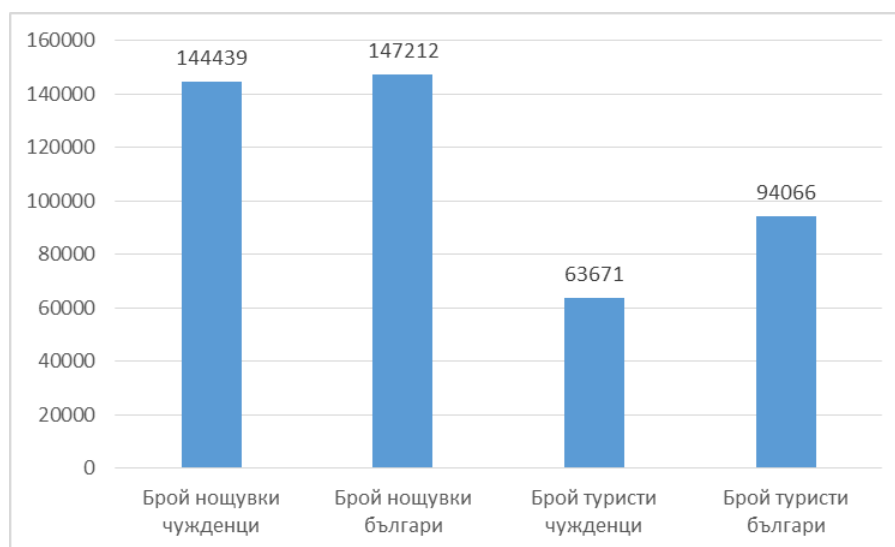
Туризмът е сектор, който се развива приоритетно както на национално, така и на местно равнище. Работата по развитието на Пловдив като туристическа дестинация и стремежът за удължаване на туристическия сезон и на престоя на туристите в града води до повишаване на приходите от нощувки. Една част от хотелите и заведенията за обществено хранене предлагат културни продукти (културна програма и музика), за да привличат и забавляват клиентите си. По данни на ОП „Туризъм“ в Пловдив са

регистрирани официално 21 бр. такива заведения, но на практика те са много повече. В приходите от туризма не се отчита делът на културните продукти, които се включват в туристическото предлагане.



Фигура 51. Развитие на приходите от туризъм в Пловдив (Източник НСИ)

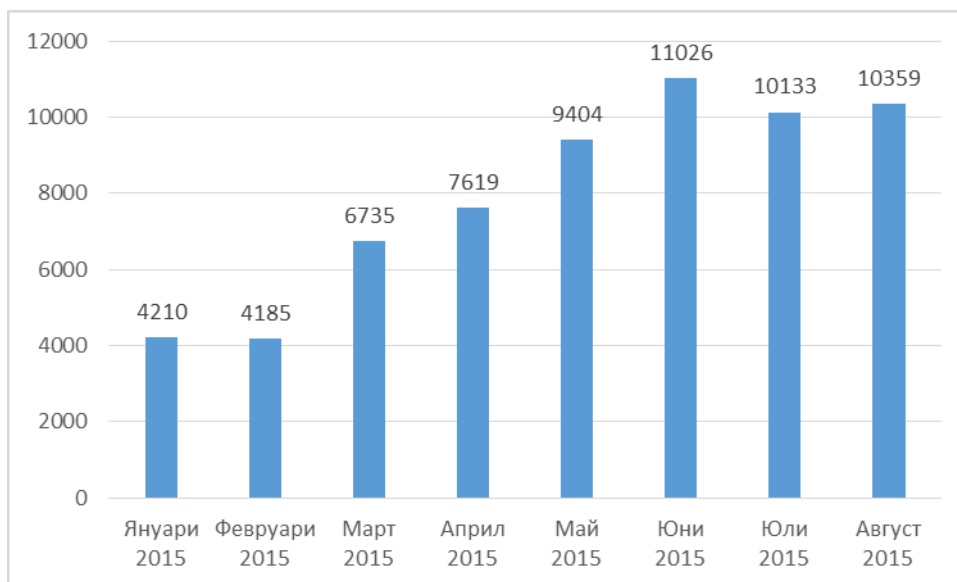
Приходите от нощувки нарастват спрямо 2014 година с 2.82%, като това се дължи преди всичко на увеличените приходи от чуждестранни туристи (+14.82%), за сметка на намаление на приходите от български туристи (-9.25%). Трябва да отбележим, че по данни на НСИ, ОП „Туризъм“ и проучване на Vizantia ЕООД в Пловдив⁵⁰, отбелязаният ръст на посещенията и нощувките от чуждестранни граждани поставя града на лидерска позиция спрямо останалите големи градове в страната.



Фигура 52. Туристически посещения за периода януари-август 2015 (Източник НСИ)

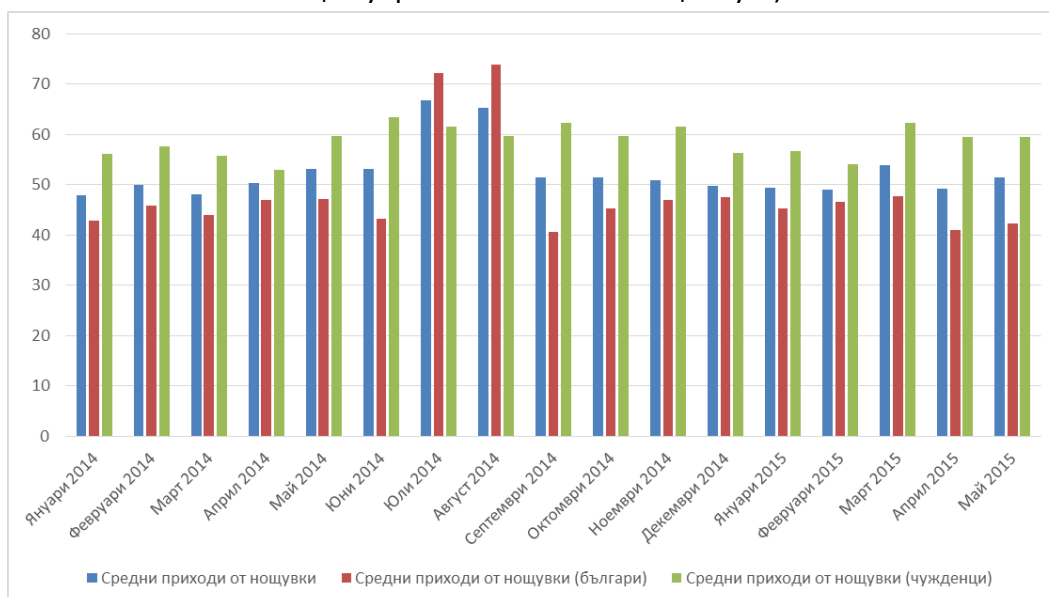
⁵⁰ Благодарим на ОП Туризъм за предоставените данни

Данните показват, че средно се падат по 2.27 нощувки на чуждестранен турист и 1.56 нощувки на български турист. Най-голям е броят на чуждестранните туристи през месеците май, юни, юли и август, като през последните два от тези месеци те дори превишават българските посетители. Общият брой туристи нараства стабилно през първите месеци на годината, като за чуждестранните туристи този факт е валиден за всеки от разглежданите месеци.



Фигура 53. Брой на чуждестранните туристи, посетили Пловдив от началото на 2015 година (Източник НСИ)

Увеличеният брой туристи намират израз и в по-високите приходи от туристически данъци, които на годишна база показват двуцифрен ръст спрямо предходната година (най-малкото увеличение е от 14.44% за месец април, а най-голямото от 31.93% за месец януари и 29.69% за месец август).



Фигура 54. Средни приходи от нощувки за хотелиерите в Пловдив (Източник НСИ)

Ако разгледаме средните приходи от нощувки като израз на промените в търсенето на хотелиерски услуги, може да се види че има засилено търсене през месеците май, юни и юли. Тези месеци са част от силния летен сезон, но едновременно с това са свързани и с насищане на културни събития и прояви.

Така например, две поредни години в периода на провеждане на Нощта (Нощ на музеите и галериите) хотелите в града са изцяло запълнени от туристи. През 2014 посетилите събитието са над 50 000 души, а през 2015 – те са над 60 000 души⁵¹. Според пилотното изследване върху икономическите ефекти на културните фестивали, направено от Индъстри уоч и Фондация Бауерзакс в партньорство с Фондация „Отворени изкуства“ и Катедра „Приложна и институционална социология“ на ПУ „Паисий Хилендарски, общите ползи, получени в резултат на Нощ/Пловдив 2015 надхвърлят между 5 и 7 пъти направените инвестиции и пределният приход в двете фестивални вечери е 783 000 лв.⁵² Може да се предположи, че организиранияте културни събития и създаваните културни продукти в града допринасят за туристическия интерес, а заедно с това формират привлекателния образ на града.

В подкрепа на това предположение говорят данните, представящи броя на посетителите на спектаклите и събитията, предлагани от културните институти и културните оператори в Пловдив. Античният театър, Лятна сцена „Орфей“, откритите пространства в центъра на града, Капана и крайбрежието на р. Марица събират над 120 000 души публика със спектаклите на Opera Open, Международния Фолклорен фестивал, Международен рок фестивал „PolineROOOCK fest 2014“, One Design Week, One Architecture Week, One Dance Week, „Стрийт мастър ‘2014“ - фестивал за улична култура, Международен фестивал „Пловдивски джаз вечери“, Буена Виста - Сошъл Клуб“ и др. Регионалният етнографски музей получи – медал "2015 TOP CHOICE" и Winner of Certificate of Excellence", като победител в категория "Туристическа атракция", специална награда на най-големият световен туристически сайт TripAdvisor на професионалния туристически информационен портал TOP CHOICE на LIANORG.

Високото качество на предлаганите спектакли и атрактивността на културните събития и фестивали освен пловдивска публика привличат посетители от страната и чужбина. Непреките приходи от култура са много по-големи от отчетените спрямо броя на публиката. Тези данни показват, че от култура може да е печеливша дейност, когато се създават качествени продукти и се прилага добра маркетингова и комуникационна политика.

⁵¹ За броя на посетителите на Нощта на музеите и галериите вж.

<http://www.marica.bg/%D0%BD%D0%B0%D0%B4-60-000-%D1%81%D0%B0-%D0%BF%D0%BE%D1%81%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BB%D0%B8-%D0%BD%D0%BE%D1%89%D1%82%D0%B0-%D0%BD%D0%B0-%D0%B3%D0%B0%D0%BB%D0%B5%D1%80%D0%B8%D0%B8%D1%82%D0%B5-news295858.html>

⁵² Икономически ефекти от културните фестивали – пилотно изследване и рафиниране на методология: <http://bauersax.org/culture>

6.4. Капана – квартал на творческите индустрии

Културните и творческите индустрии са основа за промяна на културната и икономическата среда и повишаване на качеството на живот на гражданите. За първи път в България се прави опит един градски квартал да се превърне в специално място за подкрепа и развитие на културните и творческите индустрии.

В продължение на няколко века Квартал „Капана“ е бил занаятчийската чаршия на Пловдив, но през втората половина на ХХ в. ателиетата постепенно затварят врати. С промените от края на миналия век в квартала се настаняват хаосът и незаконните намеси, а пространствената му характеристика мутира⁵³. Кварталът ту замира, ту заживява отново. Според архитектите той има своеобразен характер, представящ наследена и постоянно надграждана архитектура, която се променя във времето, но запазва своята специфика. Това позволява мястото да съхрани своя облик и характер.

През 2012 г. Община Пловдив решава да благоустрои квартала и да му даде тласък за нов живот чрез пълна промяна. Тя се състои в облагородяване на територията с всички елементи на градския дизайн, като се започне с подмяна на настилките, ново осветление и прилагане на конкретни правила за управление. От 2012 до 2015 г. Община Пловдив е вложила в благоустрояването на квартала почти 3 000 000 лв.

В началото на 2014 г. в Капана започват ремонтните дейности с внимание да се запази максимално автентичният вид на квартала⁵⁴. Идеята е той да се превърне в Артистичен квартал или Квартал на творческите индустрии, който проект се залага и в апликационната книга за кандидатстване на града за Европейска столица на културата през 2019. Целта на дългосрочния проект „Капана – квартал на творческите индустрии“ е трансформирането на квартала и неговото развитие чрез култура и изкуство. Проектът е част от артистичната програма на Пловдив за Европейска столица на културата през 2019 г. и попада в клъстера „Градски мечти“ за дългосрочни и устойчиви намеси в градска среда, преосмисляне и промяна на изоставени и забравени пространства и префункционализирането им за целите на културата.

6.4.1. Трансформирането на Капана в квартал на творческите индустрии

През месец април 2014 г. приключва първият конкурс, организиран от Фондация „Пловдив 2019“, за превръщане на „Капана“ в Квартал на творческите индустрии. В него се включват общо 39 проектни предложения от различни български градове и чужбина. Номинирани са десет проекта на следните организации: What a monstar,

⁵³ За публично изказани мнения на арх. Антоанета Топалова и арх. Величко Куртев вж. „Концепцията за Капана през 80-те била като днешната, идеите обаче били замечени под килима:

<http://kapana.bg/index.php/zabraveniyat-grad/item/60-kontzeptziyata-za-kapana-prez-80-te-bila-kato-dneshnata-ideite-obache-bili-zameteni-pod-kilima/60-kontzeptziyata-za-kapana-prez-80-te-bila-kato-dneshnata-ideite-obache-bili-zameteni-pod-kilima>

⁵⁴ Ремонт на улиците и възстановяване на автентичния вид на квартал „Капана“:

<http://projects.plovdiv.bg/%D1%80%D0%B5%D0%BC%D0%BE%D0%BD%D1%82-%D0%BD%D0%B0-%D1%83%D0%BB%D0%B8%D1%86%D0%B8%D1%82%D0%B5-%D0%B8-%D0%B2%D1%8A%D0%B7%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D1%8F%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B5-%D0%BD%D0%B0/>

Melformator, Cache Atelie, Галерия „Ластиси“, Хакафе, Archabits, Под тепето, PLOVEDIV, Сдружение „APTE“, Галерия „Сариев“. Избраните организации са представители на различни творчески индустрии като медии, клубна култура, дигитално изкуство, софтуер, информационни технологии, архитектура, дизайн, графичен дизайн, фотография, съвременно изкуство. През 2014-2015 г. в Капана са изградени 10 локации, които работят в областта на творческите индустрии.

В същото време започва и инициативата на ЕДНО/ONE и ONE ARCHITECTURE WEEK, която реализира интердисциплинарния изследователски проект „Възможният Капан“ 2014⁵⁵ година с директор на фестивала Любо Георгиев, куратори - dontDIY и куратор на проекта Бойка Огнянова и в партньорство с три български университета:

- УАСГ, София, Архитектурен факултет, Катедра „История и теория на архитектурата“, специалност Архитектура, специализация История и теория на архитектурата и Катедра „Градоустройство“, специалност Урбанизъм
- СУ „Св.Климент Охридски“, София, Философски факултет, Катедра „Социология“, специалност Социология
- ПУ „Паисий Хилендарски“, Философско-исторически факултет, катедра „Етнология“, специалности Етнология и Социална антропология.
- Ежегодните международни фестивали One Design Week и One Dance Week.

Целта на проекта е да предложи нов подход към исторически урбанистични структури с архитектурен, социален и културен потенциал за целите на бъдещето им развитие – с конкретен обект квартал Капана. Част от изследователската задача е и да се идентифицира потенциала и предизвикателствата пред идеята за превръщането на квартала в градски център на творчески индустрии (Creative District). Цел на проекта също е и обогатяването на учебния процес и практически опит на студентите с работа в интердисциплинарни екипи, както и участието им в една потенциална реализация на проекта.

През четирите изследователски полета се очертават основните идеи, фокус, търсения, както и последващи предложения:

- Екипът на студентите по градоустройство предлага концепция за урбанистично развитие на квартал Капана в контекста на идентифицираната основна цел. Провеждат се предпроучване и анализ на квартала, насочен към историческия му облик, както и се създава морфологична характеристика на пространствата и структурите днес. Картографират се публичните места, мобилността и достъпа в Капана, което задава схематично и подробно сегашните граници на квартала отвътре и неговото място и значение за града въобще. Изготвен е „Творчески пътеводител“, който съдържа творческите топоси в квартала и служи за ориентир за посетителите на Капана.
- Екипът на студентите по архитектура предлага план за нови структури в кв.

⁵⁵ Официален сайт на проекта "Възможният Капан" - <https://kapanapossible.eu/>

Капана, отчитащ културно-историческия контекст на средата и визията за нейното урбанистично, пространствено и социално развитие. Изготвени са 4 реалистични сценария („Капан над Капана“ , „Капан до Стената“. „КЛАПАН за изкуство“, „Склада“) за сгради, локализирани в Капана, които да предоставят пространство за функционирането на редица артистични практики. Проектите са за преустройство на стари сгради или създаването на такива на подходящи места в квартала, които да служат за нуждите на Капаната. Следват логиката за конструиране на пространства, насочени към младежките активности и творчески занимания. Създаден е „Наръчник за Капана“, който да бъде „достъпно графично ръководство за обитателите и ползвателите на Капана, когато предприемат ремонтни и/или строителни дейности. Той отговаря на въпроси свързани със средата, насочва към добрите практики за намеса и хвърля повече светлина върху темата за характерното и ценното в архитектурния облик на Капана“.

- Екипът на студентите по социология предлага концепция за приобщаване на общностите в бъдещото развитие на територията, предложение за решения на идентифицирани при изследването проблеми. Работата се състои в изготвянето на въпросници и провеждането на анкети в рамките на квартала. Анализ и обобщение на данни, които да послужат за база при предстоящи промени и намеси в културата на пространството и обитателите на Капана.
- Екипът на студентите по етнология и социална антропология идентифицира възможностите за въвеждане на традиционни занаяти, похвати, материали и т.н. в съвременни (творчески) практики, както и ролята на интеркултурния диалог в процеса на усвояване и ползване на наследеното в квартала. Провежда се исторически преглед в архиви и други източници, относно облика на Капана преди. Извършва се теренна работа в квартала – наблюдения, етнографски описание, картографиране и дълбочинни интервюта с обитателите. Проектът се нарича „Видимите и невидимите обитатели на Капана“ и описва различните взаимовръзки, вътрешните уредби, вътрешната култура на обитателите. Прави се опит за разбиране как практиките и нагласите на обитателите имат влияние върху конструирането, поддържането и развитието на квартал „Капана“.

Предварителните резултати се използват за целите на фестивала One Design Week и се представят в изложба, организирана на 26.06.2014 г. в Творчески комплекс „Incubator“, ул. „Братя Пулиев“ № 6. Финалният етап за обобщение и запознаване с проекта се провежда по време на фестивала One Architecture week с изложба на 10.10.2014 г., ул. „Христо Дюкмеджиев“ № 14, квартал Капана. На тази изложба се представят и изработените в сътрудничество между студентските екипи и четирима дизайнери логота, между които се избира онова, което се превръща в лого на Капана.

Работата със студентите обогатява дейностите и събитията, провеждани в Капана през 2014 г. Заедно с изследователския си опит, те придобиват чувствителност към ценността на мястото като наследство и необходимостта от социализирането му в

днешния ден, така че градските традиции да продължат по нов начин.

След анализ на реализираните проекти в края на месец март 2015 г. ОФ Пловдив 2019 обявява втори конкурс по проекта „Капана – Квартал на творческите индустрии“ за финансиране на събития и проекти. Желаящите могат да кандидатстват в 2 направления: „Проекти и събития в Капана“ и „Установяване в Капана“, а общата предвидена сума е 40 000 лв. Сред основните изисквания за направление „Проекти и събития в Капана“ е проектите да се случват на територията на Капана и да подпомагат целите и задачите на Европейска столица на културата 2019 г. Важна цел на конкурса е привличането на нови представители на творческите индустрии и устойчиви бизнеси и проекти, които да допринесат трайно за развитието на Капана.

В конкурса участват общо 55 проекта, от които са одобрени 20. Шест от тях са в направление „Установяване в „Капана“, в което кандидатите получават финансиране за наемане на помещение и адаптирането му към дейността. 14 предложения са в направление „Проекти и събития в Капана“, сред които има интерактивна инсталация, графити, както и фестивал на ръчно направената бира. Повечето от тях предлагат активно участие на публиката и възможност за забавни и вълнуващи културни преживявания.

Направление „Установяване в „Капана“

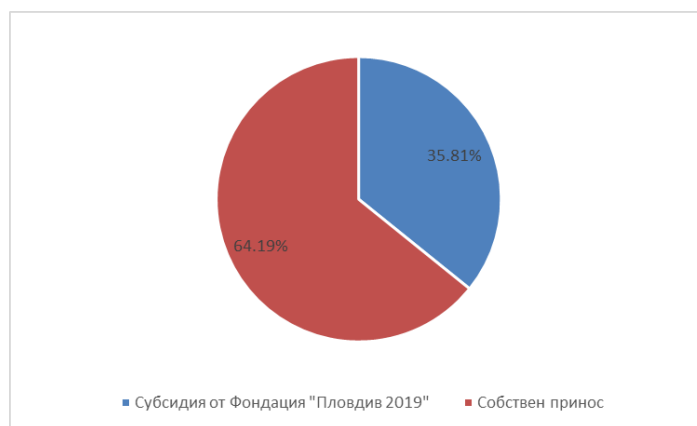
Кандидат	Проектно предложение
Сдружение „Устойчиво общество“	Работилница за кулинарни занаяти
"Вадирам" ЕООД	„Запознай се с езика и културата на Италия“ - италиански езиков и културен център
„Универмаг“ ЕООД	Звукозаписно „Студио 4“ - звукозаписно студио, демонстрации и работилници
Фондация „Аракс“	Арменски културно-информационен център
„БУМ АРТ“ ЕООД	Център за изящни и приложни изкуства, творчески работилнички за деца и възрастни, пространство за събития, изложби и пърформанси и продажба на арт и хоби материали.
„П.А.Р.К. Галерия“ ООД	Галерия/арт магазин

Направление „Проекти и събития в „Капана“

Кандидат	Проектно предложение
Фондация ЕДНО за култура и изкуства	„Културни посолства в „Капана“ - три изложби с подкрепата на Посолство на Кралство Белгия, Полски институт и Чешки център
Сдружение с нестопанска цел в обществена полза "Общо Бъдеще"	Концерт на групата The Coathangers (Atlanta, USA) с участието на аудио-визуалния артист Robotko (Майнц, Германия) и художника и дизайнер Andonasty (Пловдив)

Сдружение „Пловдивски творци“	„Посланици. Капана“ - брейнсторминг сесия и дискусии с младежи за бъдещото развитие на Капана като квартал на творческите индустрии
„Отворено пространство“ ЕООД	„Изкуството да водим с идеите си“ - тридневен форум обучение за методите на участие и диалог в подкрепа на млади предприемачи и творци да привличат повече хора към своите идеи
„Под тепето“ ЕООД	Фестивал на българската ръчно направена бира
Сдружение „Кей-Търн“	„Сиренце в Капана“ - театрални представления в Капана
Любомир Атанасов	Фотографски проект Streetbook
„Ластиси“ ЕООД	„Чуто и видяно в Капана“ - проект за фотография и калиграфия и отпечатване и разпространение на картички с цитати, събрани след допитване до жителите на Капана
„Таратанци“ ООД	Трайна инсталация в градска среда, представяща стъпките на традиционни български танци
„Пловдивфилм“ ООД	Три безплатни прожекции на открито в Капана
ЕТ „Емил Миразчиев“	Go Play - видео инсталации в градска среда с филми с улични музиканти, заснети в България, Япония и Испания
Сдружение „Трансформатори“	ТЕБ.Е.ШИР - изложба, презентации и дискусии за образователната среда
„Що за чудовище“ ООД	Т-шърт фест „Изкуството на българската тениска“ и „Облечи момента“ - работилница за отпечатване на тениски чрез сианотипия
Димитър Механджийски	Графити в Капана - графити рисунки на пет локации в Капана

Анализът на проектите в „Капана“ се основава на получените с помощта на анкети данни за деветнадесет одобрени проекта, чието изпълнение приключва през 2015 и 2016 година. Общото финансиране на тези проекти в размер на 108 096.5 лв., от които 38 706.5 (35.81%) за субсидия от Фондация „Пловдив 2019“, а 69 390 лв. (64.19%) са собствен принос.



Фигура 55. Финансиране на анализирани културни проекти

Тенденцията да се разчита преди всичко на собствен принос и собствени средства се потвърждава и от данните в **Грешка! Източникът на препратката не е намерен.** 55, като максималният дял на финансиране от Фондация „Пловдив 2019“ е 50%⁵⁶. Данните за финансирането на отделните проекти сочат, че обикновено този максимален процент е налице при случаите когато и самият мащаб на финансирането е малък (напр. „Фестивал на българската ръчно направена бира“ има общ бюджет от 2 000 лв., като половината от тях са осигурени от Фондация „Пловдив 2019“). При по-мащабните проекти ясно преобладава собственият принос, като при първите три по бюджет съотношението е:

- „Арменски културно-информационен център“ с общ бюджет от 15 400 лв. и 80.52% собствен принос;
- „Център за изящни и приложни изкуства, творчески работилнички за деца и възрастни, пространство за събития, изложби и перформанси и продажба на арт и хоби материали.“ с общ бюджет 11 990 лв. и 66.64% собствен принос;
- „Работилница за кулинарни занаяти“ с общ бюджет от 9 900 лв. и 60%

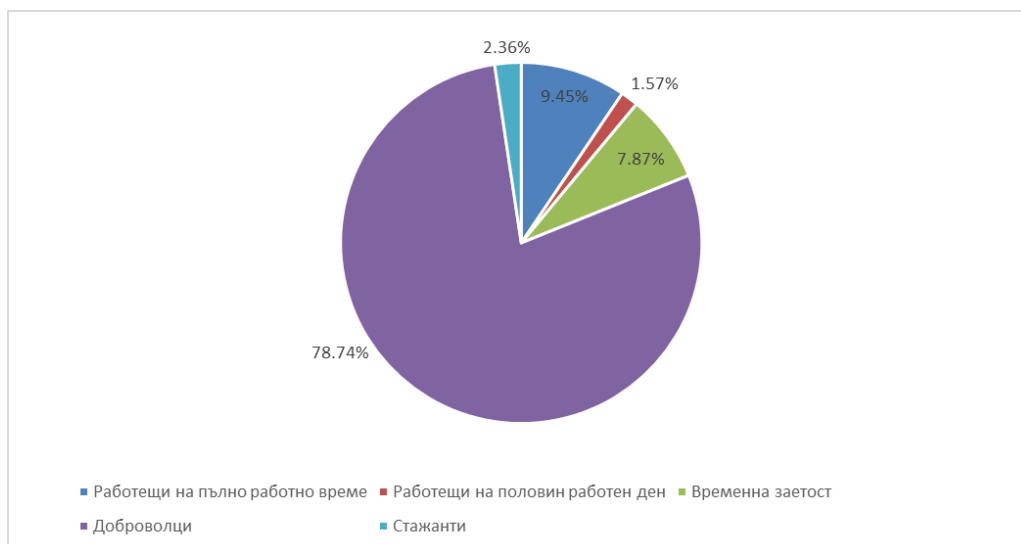
Показател	Стойност
Максимален бюджет в рамките на анализираният проект	15 400 лв.
Минимален бюджет в рамките на анализираният проект	1 100 лв.
Максимален дял на субсидиите от Фондация „Пловдив 2019“ в бюджета	50%
Максимален дял на собствения принос в бюджета на проектите	83.49%
Дял на проектите, приключващи през 2016 г.	10.5%

собствен принос;

Фигура 56. Основни показатели на анализираният проект

Показателен факт е, че най-голям дял (малко над 80%) сред организациите участващи в анкетата за „Пловдив – Европейска столица на културата 2019“ и реализиращи проекти в Капана, са създадени през последните пет години (2011-2016). Активността на тези участници е индикатор на целенасочените усилия във връзка с цялостната подготовка за Европейска столица на културата. Трябва да отбележим също, че участниците в културните проекти имат различни характеристики в зависимост от дейностите които те развиват. Поставянето на фокус върху проектите реализирани в Капана има едно важно предимство – позволява да се направи анализ на цялостното развитие на културните дейности в района и тяхната обвързаност с “Пловдив – европейска столица на културата 2019“.

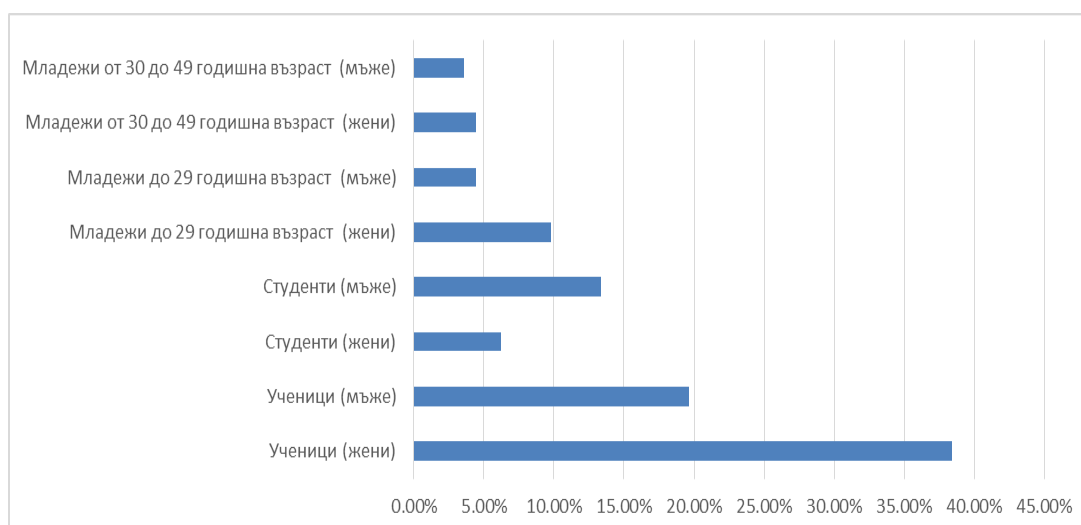
⁵⁶ При един от проектите е налице потенциално комерсиален характер на събитието, поради което Фондация „Пловдив 2019“ подпомага само частично дейностите по проекта. За този проект не е посочен собствен принос и поради тази причина не участва в анализа на бюджетите.



Фигура 57. Заетост на участниците в организациите свързани с "Пловдив - Европейска столица на културата 2019" и разработващи проекти в Капана

Основната част от заетите в организацията на събития в Капана, участвали в проучването, са доброволци (78.74%), следвани от работещите на пълно работно време (9.45%) и тези с временна заетост (7.87%). Разпределението на заетите от Фигура 56 посочва три важни тенденции:

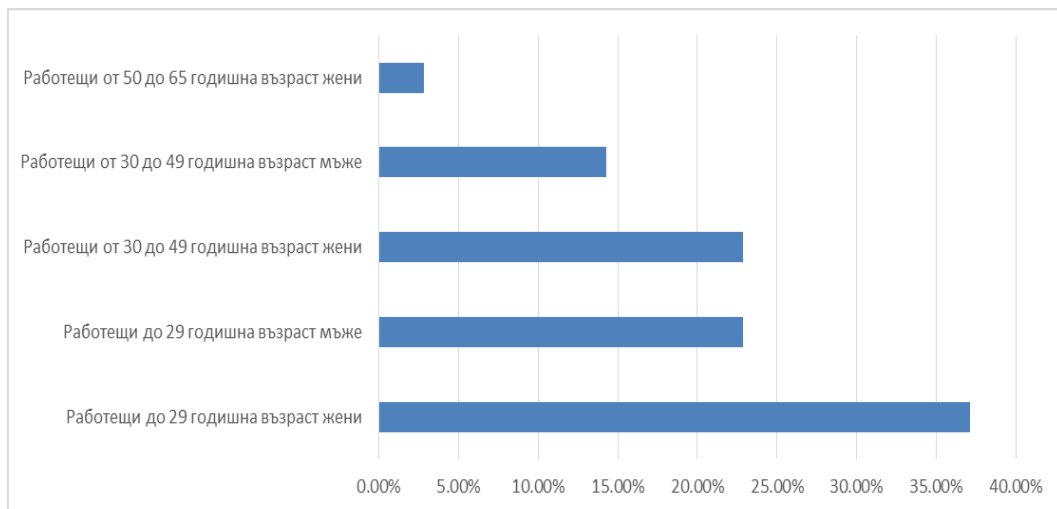
- По-голямата част от заетите с трудов договор са на пълно работно време, което гарантира ангажираност с проектите и позволява те да се превърнат в основен двигател за тяхното реализиране;
- Широкото участие на доброволци гарантира ефективността на реализираните проекти, както и факта че те намират добър прием и се радват на положително отношение сред обществеността;
- Използването на временна заетост позволява да се оптимизират разходите и да се концентрират усилията само в тези области, които са приоритетни за момента.



Фигура 58. Характеристики на доброволците участници в проектите на анкетираните организации в Капана

Фигура 58 представя процентния дял на доброволците, които притежават определени характеристики, спрямо общият брой на доброволни участници в проектите. Почти 40% от доброволците са ученици-жени, като участието на жените е водещо и единствената група в която мъжете преобладават е тази на студентите (13.4% мъже и 6.25% от всички доброволци, жени).

При разделението по пол, предимство имат заетите в областта жени, като това е валидно за всички възрастови групи посочени от анкетиранияте организации и включени във Фигура 59⁵⁷.



Фигура 59. Характеристики на заетите в организациите от Капана участващи в проучването

Разпределението по пол, възраст и образование позволява да се направят следните изводи за работещите в анкетиранияте организации от Капана:

- Над половината от заетите са на възраст до 30 години, което предполага че в реализацията на проектите са ангажирани преди всичко млади хора;
- Само 6.3% от заетите имат средно образование, като останалата част имат по-висока степен на образование. Тази концентрация на млади и високообразовани хора подпомага реализацията на проектите, както и е добра основа за развиване на нови креативни дейности.
- Работещите в анкетиранияте организации от Капана са специализирани различни области на образование (посочени са общо седем), като преобладават заетите специализирали в областта на изкуствата (30%), следвани от социални, стопански и правни науки (20%) и технически науки (20%).

Друга важна особеност от характеристиката на осъществяващите своите проекти в Капана е, че 55% от тях са стопански организации, а останалата част – сдружения и фондации или отделни лица. Това е добър пример за възможностите на културата да допринесе за икономически ползи и да се управлява с механизмите на стопанските дейности.

⁵⁷ Възрастовите групи, за които организациите не са посочили работещи, не са показани

Инициативата „Капана – квартал на творческите индустрии“ има своя фейсбук страница⁵⁸, в която са регистрирани 3 602 последователи, а тя е харесана от още почти толкова привърженици, общо 5 838 души.

Оценката, която дават посетителите на квартала във фейсбук страницата, са високи, като за събитията най-често се гласува с 5 (най-високата оценка). Мненията на жителите и гостите на Пловдив са изключително положителни⁵⁹, дори някои от тях са представени в поетичен жанр. Всички те насърчават инициаторите реализацията на идеята да се задълбочава.



Фигура 60. Сайт на инициативата Капана – квартал на творческите индустрии

Създаването на специфична артистична атмосфера идва и от факта, че голяма част от културните събития, случващи се в Пловдив, се провеждат именно в Капана (14%). Той е любимо място на младите хора за прекарване на свободното време.

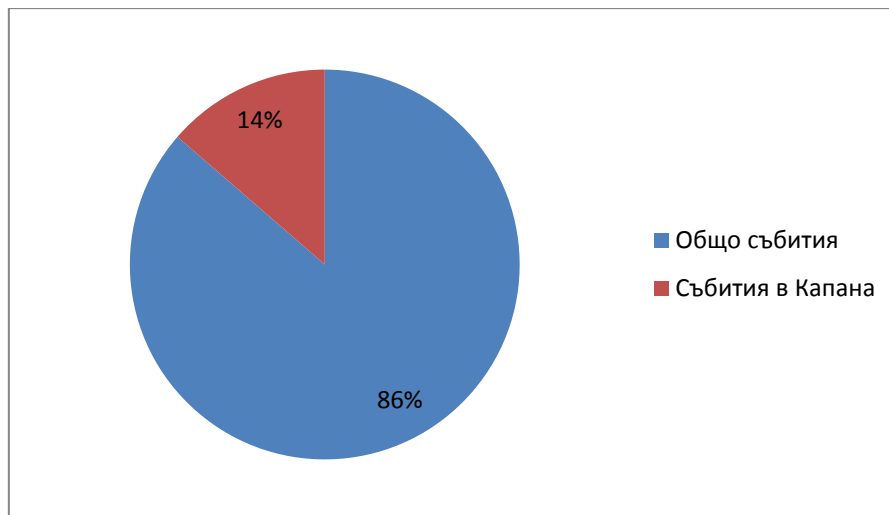
Желано събитие за вълнуващи преживявания е „Капана фест“, в който се сливат разнородни форми на изкуството – от музика и танци, през кино и литература, до базар на занаятчийски произведения, urban art и активна социална благотворителност.

⁵⁸ Фейсбук страница на „Капана – квартал на творческите индустрии“:

<https://www.facebook.com/kapana.creative.district>

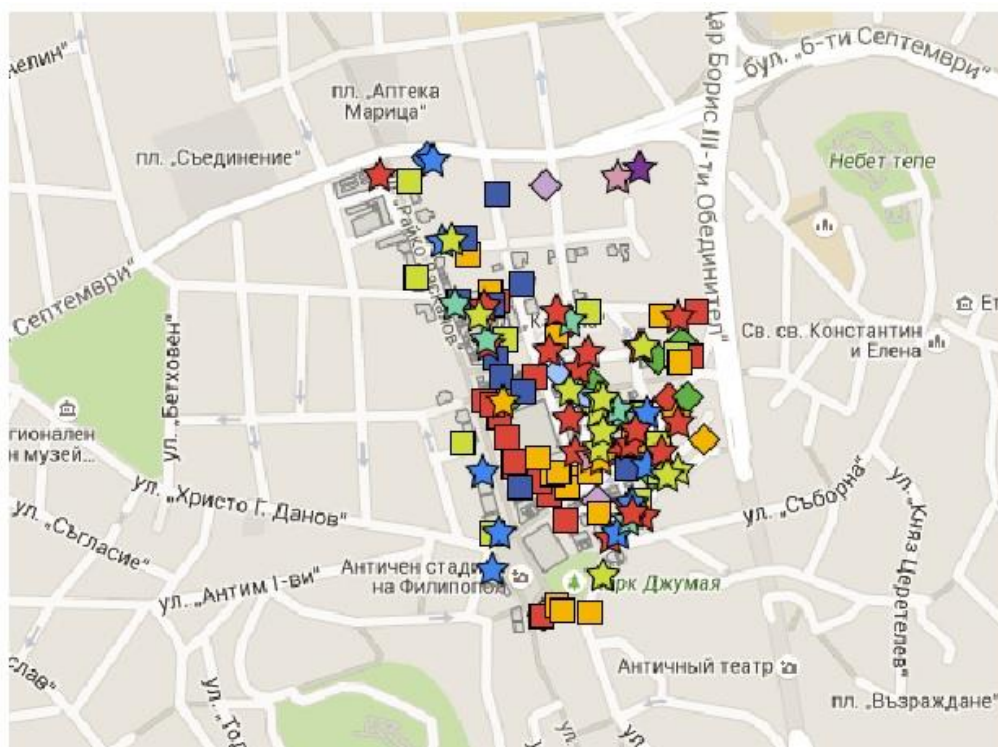
⁵⁹ Оценяване на „Капана – квартал на творческите индустрии“: например: „Има нещо магично в атмосферата на това място. Иновация и старинност, изкуство и неглиже, романтика и бунтарско се преплитат в едно цяло и образуват "Капана". Специално местенце е. Дано остане завинаги тази енергия, която ме изпълва, когато съм там. За мен това място има сантиментална стойност“ (Здравка Р.); вж. също изразените от Николай Павлов, [Chriswan Sungkono](#) и Фил Клейтън и др. мнения.

<https://www.facebook.com/kapana.creative.district/reviews>



Фигура 61. Събития, проведени в Капана

Важна страна е допълнителният ефект, който се открива, със създаването на галерии, арт магазини, заведения. От 2013 г. насам в Капана са открити 4 нови галерийни пространства (Галерия Арсенал, Ангел Гешев; Галерия 100/100; галерия Елиста; Студио № 9), както и магазини за произведения с художествен и приложен характер (Art Place Капана; Крафт магазини; Магазин за музикални плочи и др.).



Фигура 62. Карта на местата и дейностите, свързани с култура и изкуство

Продължават да функционират и да привличат млада публика емблематични заведения, като „Петното на Роршах“, „Макалали“ и др., които са част от клубната култура в Пловдив. Като цяло в Капана, могат да се отбележат над 55 места и институции за творчество и култура, около 17 занаятчийски работилници, над 32 заведения, сред които 10 клуба и т.н. На интерактивна карта, създадена от екипа на ONE ARCHITECTURE WEEK на база на проучванията на студентите от университетския

изследователски проект „Възможният Капан“ може да се види какво е състоянието през 2014 г.⁶⁰

Още в първия етап от осъществяването на проекта „Капана – квартал на творческите индустрии“/ „Капана – Creative District“ се брандира, като получава свое име с ясно изразено съдържание и лого, което се изписва както във фейсбук страницата, така и на всички продукти, които се създават с цел неговата реклама (тениски, чанти, дребни предмети и др.). Името и логото много лесно стават част от идентичността на квартала, особено като се има предвид, че те се включват в обявяването и рекламата на дейностите и събитията, които се провеждат в него. Грижата за добрия вид на мястото и придаването на ясно съдържание като квартал за творчески дейности и изяви, както и за интересни инициативи и става бързо притегателен център за (младежка) публика. Превръщането на „Капана – квартал на творческите индустрии“ в бранд е съществена гаранция за постигане на устойчивост на проекта, но това е постижимо с продължаваща подкрепа и постоянство в реализирането на идеята.

Културното наследство е съществена част от културните индустрии. Неговата инфраструктура в града е добре развита и съществува специализация на местата на паметта – архив, библиотеки, музеи. Нейната характеристика се колебае между двете крайности – на съвременна и модерна база, от една страна, и, на концептуално и физически остарели експозиции, от друга. Очевидна е потребността от обновяване на голяма част от специализираната музейна инфраструктура.

Забелязва се необходимостта акцентът на музейните дейности да бъде поставян върху спецификата на пловдивската култура и културно наследство, чрез което да се открият допълнителни черти към образа на Пловдив и неговото своеобразие. Би било полезно, ако се разработи интерактивна анимация на културното наследство, чрез която визитите в музеите на града да се превърнат в преживяване. Дигитализацията и създаването на силни събития остават важна задача и добър подход за постигане на подобна цел.

Комуникационната работа на музеите е активна, но все пак изисква прилагането на повече съвременни подходи за популяризирането на културно-историческото наследство на града и привличането на посетители. Тя следва да се съобрази и с политиката на институциите на културното наследство за работа с публики и специфични социални, етнически и професионални групи.

Библиотеките и архивите продължават да играят важна роля в опазването на книжовното и документалното наследство и като специфично място за разпространение на знания.

Материалното и нематериалното културно наследство, съвременните културни събития и творчески инициативи са съществен елемент от разгръщането на културния туризъм в Пловдив. Организираните културни събития и създаваните културни

⁶⁰ Интерактивна карта на Капана: <http://edno.bg/blog/karta-na-kapana>

продукти в града допринасят за интереса от страна на българските граждани и чужди туристи, което има положителен икономически ефект, а заедно с това формират известност и привлекателен образ на града.

Изграждането на Капана като Квартал на творческите индустрии е част от политиката на Община Пловдив, която се залага и в апликационната книга на проекта Европейска столица на културата – Пловдив 2019. На този етап той има изградена собствена идентичност и е добър пример за възможностите на културата да допринесе за социални въздействия и икономически ползи и да се управлява с механизмите на стопанските дейности. Заедно с това се забелязва значителна положителна промяна на градската среда. Все пак, опитът подсказва все още крехкост на инициативата и необходимост от подкрепа за постигане на по-трайна устойчивост.

7. Основни принципи и политики

7.1. Хоризонтални принципи

ОФ Пловдив 2019 има два периода в своето развитие: първият започва с нейното създаване, когато основна ѝ задача е да подготви кандидатурата на Пловдив. Това се осъществява със съдействието на широк кръг пловдивчани – интелектуалци, хора на изкуството, на науката и т.н. Именно тогава се прави опит да се дефинират важните проблеми за града и тяхното решаване става основа за реализиране на политики. Целите са формулирани в апликационната книга и се изразяват със стремежа културните и артистични дейности да се използват като инструмент за постигане на:

- Културно взаимодействие и равен достъп до култура чрез включването на уязвими и маргинализирани групи в културния процес, както и чрез извеждане на културните събития от централните части на града.
- Изграждане на европейска идентичност чрез сътрудничество с европейски и балкански партньори.
- Създаване на възможности за иновативност и креативност във всекидневните практики, както и за образование и изграждане на капацитет.
- Социализация и възраждане на изоставени забележителности и квартали на града, обвързвайки наследството със съвременния начин на живот.
- Насърчаване на културното предприемачество и творческите индустрии за постигане на социални въздействия и икономически ефекти.
- Откриване на нови форми управление на културни ресурси чрез развитие на публично-частни партньорства.

В заявените цели ясно се очертават очертават хоризонталните принципи, отнасящи се до прилагане на иновациите, партньорствата, стремежа към устойчиво развитие и превенция на дискриминацията чрез култура и артистични намеси.

Вторият период започва тече от момента, в който за Европейска столица на културата през 2019 г. е избран Пловдив. Оттогава Фондацията се ангажира да работи за осъществяване на предложения проект. Метафората, която определя характера на действието, остава слоганът „Заедно“. Той е едновременно средство и цел, принцип и политика. Приоритетни остават: преодоляване на разединението между различните

прослойки, поколения и етноси, където емблематичният залог е Столипиново; превръщането на реката и хълмовете в място за култура и социално общуване; съхраняване на историческото наследство на града и използването му по нов начин в съвременния живот. Основните програми, в чийто рамки се разполагат заложените цели, са „Европейско измерение“ и „Град и граждани“.

7.2. Мерки за подобряване на средата и качество на живот

Мерките за подобряване на градската среда чрез трансформация и адаптация на загубили своя блясък стари квартали или вече неизползваеми сгради, част от индустриалното наследство, е утвърдена практика в много европейски страни. Целта е те да се съживят и превърнат в алтернативни пространства с помощта на артистична намеса и придавайки им нови функции, те да възвърнат престижа си и да се превърнат в привлекателни места. В България това се прави спорадично и най-вече около кандидатстването на градовете за Европейска столица на културата.

Такъв обект е записан в апликационната книга и това е „Капана – Квартал на творческите индустрии“. Неговата промяна започва постепенно от 2012 г. и по-активно с обявяването на конкурсните сесии през 2014 и 2015 г. През това време той е изцяло благоустроен, с подменен паваж и осветление, с ремонтирани сгради и с добавени нови функции чрез ателиетата, в които се разгръща истинска творческа дейност. Днес той привлича различни социални и възрастови групи, но най-вече младежи, в изложбени пространства, занаятчийски работилници, приятни кафенета и малки ресторанти – за работа, разходка, фестивално или културно събитие.

Друг важен резултат, освен цялостната промяна на квартала, е създаването на модел, по който тя се случва. Той е изграден от няколко основни елемента, които позволяват голямото преобразяване:

- Изучаване и документиране на обекта, което позволява да се очертае неговото физическо състояние и културно-историческо значение. Създава се визуална неговата идентичност. Това позволява да се осмисли ценността му като наследство и промяната да се превърне в кауза.
- Привличане на институции, които имат компетенциите и възможностите за реализиране на каузата „промяна“.
- Финансово обезпечаване на дейностите чрез средства от бюджета, програми или спонсорства.
- Въвличане на жителите на мястото, но и на целия град в активно съ-участие в този процес чрез провеждане на срещи, осведомяване, обсъждания, артистични събития за изграждане на обществена нагласа и чувствителност към проблема.
- Планиране на новите функции чрез проектиране на творчески дейности и артистични акции.
- Реализация и постигане на дълготраен ефект (която е една от най-трудните и бавни стъпки).

По този модел от края на 2014 започва реализацията на проекта за промяна на

градската среда – Тютюневи складове. Проектът „Тютюневият град“ е съсредоточен в зоната на Тютюневите складове около ул. „Иван Вазов“. Той е включен в програмна платформа „Трансформиране“ и клъстера към нея „Градски мечти“, чиято цел е чрез средствата на културата и обществени дебати да се обновят и оживят проблемни пространства и сгради. Първа стъпка в реализацията на проекта е включването на гражданите в тази инициатива, чрез:

- Организиране на изложба „Изчезващият Тютюнев град“ от фотографии и специално създадени за събитието творби на ученици и студенти. Представен е филмът на Пенка Калинкова „Истории от Тютюневия град“ (продукция БНТ-Пловдив).
- Проведени са две обществени дискусии за историята и бъдещето на емблематичните за Пловдив сгради, в които са представени различни гледни точки към историята, културната стойност на сградите и на целия район, както и към техния потенциал за бъдещо развитие. В тях участват архитекти, журналисти, културни оператори, артисти, както и собственици на тютюневи складове.
- Създадена е визуална идентичност и уеб платформа „Тютюневият Град“.

Фондацията реагира незабавно, когато на 6 март 2016 беше съборен тютюневият склад на ул. „Одрин“ № 8. Много граждани вземат участие в тяхна защита като паметници на културата и богатство на града. Гражданската енергия спира разрушаването, но дискусиите трябва да продължат.

Като цяло политиките на ОФ Пловдив 2019 се формират на основата на обсъждания на широк кръг хора с различни професии, интелектуалци, преподаватели от университетите, както и в сътрудничество между местната власт и неправителствения сектор. Подкрепя се участието на гражданите чрез създаването на правила за подкрепа на културни проекти, достъп до информация, публични обсъждания, различни форми на сътрудничество с творческите организации и сдружения за култура, работа с доброволци.

Политиките, които имат значение и към чието следване екипът на фондацията се стреми, са заложили в Отворената покана и Регламента, по който ще трябва да се подготвят кандидатите за представяне и изпълнение на проекти в следващите години.

8. Изводи и препоръки

Спечелването на титлата Европейска столица на културата 2019 е изключителен успех, който показва добрата подготовка на града и ОФ Пловдив 2019 като водеща институция в надпреварата, но също дава възможности за провеждане на цялостна концепция за развитие на културата и развитие на града и градската общност чрез култура в годините преди и след 2019. Основната концепция на проекта на Фондация Пловдив 2019 е резюмирана в слогана „Пловдив Заедно“. В нея е залегнало

разбирането, че както подготовката за титлата, така и изпълнението на проекта следва да се осъществява от гражданите на Пловдив като общност и всички дейности в нея да са насочени към повишаване качеството на общуването и разширяване границите на тази общност, включвайки различни социални групи. Тази стратегическа насока е иновативна за България.

В своята работа екипът на ОФ Пловдив 2019 залага приоритети, разработил е стратегия и програма за действие. Мисията и целите все още са доста общи за новите функции на фондацията, вече не като кандидат, а като основна институция-организатор на реализацията на проекта Европейска столица на културата, и подлежат на уточняващо предефиниране.

Целите на ОФ Пловдив 2019 следва да получат широка популяризация, което би стимулирало гражданското участие, би мотивирало творческото мислене и артистичното действие в подкрепа на заложените каузи.

Преобладаващата част от културните събития са съсредоточени в централните градски райони, което ограничава достъпът до култура не само от гледна точка на културно потребление, но също и като участие в културния процес. Необходими са по-сериозни стъпки за децентрализация и деконцентрация, което би разширило полето на демократизация на културата.

Сред широката общественост културата се разбира повече с нейните тесни характеристики и е необходимо да се направи кампания за разяснение на функцията ѝ като средство за решаване на социални проблеми и приобщаване на уязвими и маргинални групи. Така този възглед може да навлезе по-широко в практиката и през артистичните проекти, подкрепени от Фондацията.

Необходимо е да продължава подкрепата за културните събития с национална и международна значимост, което ще допринесе за повишаване на качеството на създаваните в Пловдив културни продукти, увеличаване на конкурентноспособността в областта на културата и културния обмен.

В настоящия момент се очертава потребността от увеличаване на качеството на културната инфраструктура както като човешки капацитет, така и като материална и техническа база. Важно място има и разширяването на полето за дебати в културата и тяхната по-голяма публичност, за което би спомогнала и по-специализираната подготовка на журналистите от местните медии.

В Пловдив съществува добре развита образователна инфраструктура за обучение в изкуства и култура във всички образователни степени. Средните и висши училища, неформалните групи за обучение предоставят възможност за привличане на доброволци, за формиране на публики, но също и за задълбочена практическа подготовка на кадри в областта на културата, което е основен мотив на Фондацията да задълбочи отношенията си с тях.

Освен работата за привличане на доброволци, пред ОФ Пловдив 2019 стоят въпросите за повишаване на техния капацитет и личностно израстване, за работа в екип и участие в обществено значими каузи с насоченост към изкуството и културата като форма на творческо развитие, но и като средство за подобряване на градската среда и за решаване на социални проблеми.

ОФ Пловдив 2019 има добре разработена комуникационна политика, която стъпва на широк диалог с различни партньори, като използва серия от информационни срещи, както и ФОРУМ 2019, който е едновременно средство за комуникация и форма за обучение и повишаване на капацитета на културните оператори в града.

Важен инструмент за осведомяване и привличане на партньори е създадения уеб сайт и страниците на фондацията в социалните мрежи. Анализът на тяхната посещаемост показва, че интересът към проблемите на културата и към Пловдив, като европейска столица на културата, е най-голям сред българите. Големите национални медии най-често включват в своите емисии културни събития от Пловдив, които имат надрегионален и международен характер или са оценени като събития с високо качество. Особен престиж и известност градът придобива, когато се осъществи връзка с мощна международна медия, като BBC или National Geographic.

Посланията в медиите позволяват да се изгради образът на Пловдив като древен и заедно с това динамичен съвременен град, в който може да се развива бизнес, град с престиж, добър за живот и привлекателен за туристите и гостите на града. Създадените филми и публикации информират международната публика за своеобразието и достойнствата на Пловдив, а има и силно въздействие върху българската общественост.

Специализираната инфраструктура на местата на памет и културно наследство в града е добре развита. Нейната характеристика се колебае между двете крайности – на съвременна и модерна база, от една страна, и, на концептуално и физически остарели експозиции, от друга. Очевидна е потребността от обновяване на голяма част от музейната инфраструктура.

Забелязва се необходимостта акцентът на музейните дейности да бъде поставян върху спецификата на пловдивската култура и културно наследство, чрез което да се открият допълнителни черти към образа на Пловдив и неговото своеобразие. Би било полезно, ако се разработи интерактивна анимация на културното наследство, чрез която визитите в музеите на града да се превърнат в преживяване. Дигитализацията и създаването на силни събития остават важна задача и добър подход за постигане на подобна цел. Наложително е прилагането на добро маркетингово и повече съвременни подходи за популяризирането на културно-историческото наследство на града и привличането на посетители.

Следва да се планират дейности за увеличаване на капацитета на музейните специалисти за работа с публики и специфични социални, етнически и професионални групи.

Изграждането на Капана като Квартал на творческите индустрии е изключителен пример и опит за добра практика, която води до социално въздействие и икономически ползи за общността и съдейства за значителна положителна промяна на градската среда. Все пак, опитът подсказва все още крехкост на инициативата и необходимост от подкрепа за постигане на по-трайна устойчивост.

Културните политики на ОФ Пловдив 2019 са съобразени с хоризонталните принципи, отнасящи се до прилагане на иновациите, партньорствата, стремежа към устойчиво развитие и превенция на дискриминацията чрез култура и артистични намеси. Тяхната конкретизация намира място и в Отворената покана и Регламента, по който ще трябва да се подготвят кандидатите за представяне и изпълнение на проекти в следващите години.