


РОЛЯТА НА МЕСТНИТЕ ВЛАСТИ ЗА НАСЪРЧАВАНЕ НА КРЕАТИВНИТЕ ИНДУСТРИИ

НАРЪЧНИК





Наръчникът се издава по проект "Местните власти – активен партньор за развитие на CREATIVна София", който се изпълнява от фондация „Каузи“ с финансовата подкрепа на Столична община - Програма Европа, 2016 (договор СОА16-ДГ56-614/19.5.2016) и се разпространява безплатно.

Информацията и данните, използвани в него, са предоставени от експертите в областта на културните и творческите индустрии. Част от описаните добри практики са финансово подкрепени от Столична община чрез Програма „Култура“ и Програма „Европа“.

Изводите от теренното проучване не отразяват непременно позицията на Столична община и фондация „Каузи“.

Интернет сайтовете, цитирани тук и/или дадени като източници за по-нататъшна информация, може да са променени или изтрети през периода от написването му до момента, в който достига до читателя.

Въведение

Инвестициите в културните и творчески индустрии (КТИ) имат потенциал да генерират работни места, иновации и производителност, да подобряват качеството на живот по места, да стимулират нови идеи и мислене в рамките на общността и да оказват влияние върху широк спектър от политически приоритети.

Това е причината във всяка устойчиво развиваща се община КТИ да бъдат приемани сериозно, да им бъде отделено време и човешки ресурс за изучаване и развитие. Всеки орган на местната власт трябва да осмисли важноста им и да потърси подходяща за специфичните местни обстоятелства форма на инвестиции.

Съвсем очевидно е, че творческите индустрии и местните администрации имат взаимни ползи от едно подобно сътрудничество. Тези ползи могат да се постигнат чрез преки инвестиции, съобразени с нуждите на творческите индустрии (напр. чрез физическа инфраструктура, умения, мрежи и подпомагане на бизнеса). Но понякога е полезно да бъдат привлечени и представители на централната администрация, напр. Министерство на културата, Министерство на образованието и науката, Министерство на регионалното развитие. Тези институции могат да разширят териториалния и целевия обхват на отделната инициатива, да придадат национално значение и оценка на проектите, да привлекат допълнително медийно отразяване или дори национално финансиране.

Местните власти имат силно въздействие върху творческите индустрии чрез своите дейности в областта на планиране, лицензиране, регулиране, въвеждане и съблюдаване на търговски стандарти, както и работа за развитие на подготвени кадри и възлагане на обществени поръчки за изпълнение на цитираните общински планове. Важната роля на местните власти ги поставя и в позиция да поемат отговорност за създаване на насърчаваща среда, която цели устойчив растеж на креативните индустрии.

Това ръководство има за цел да подпомогне процеса на вземане на подобни управленски решения от местната администрация и да избере най-подходящия за конкретните обстоятелства вид интервенция. То би било полезно както за представители на отделни звена в общините и други структури на общинската власт, така и за преки създатели на културни продукти, напр. общински културни институти, читалища, културни и образователни центрове, неправителствени организации и граждански групи. Не на последно място, местният бизнес също може да използва описаната методика и да оцени своите инвестиции, така че да ги направи максимално полезни, ефикасни и устойчиви.



Творческите индустрии и икономическото развитие

През 2011 година секторът на творческите индустрии формира 7% от световния БВП и нараства със 7-8% годишно. Световната търговия с креативни стоки и услуги достига 624 млрд. долара и продължава устойчиво да нараства¹.

В Европа творческите индустрии се разглеждат като ключов елемент в глобалната конкуренция. Старият континент е един от водещите износители на творчески продукти – издателска дейност, музикални, филми и най-вече на новите медии, особено видеоигри, а стойността му се оценява на 4,43% от общия износ на ЕС.

В София КТИ създават 4,1% (2008 г.), 3,7% (2009 г.) и 3,64% (2010 г.) от добавената стойност (по факторни разходи) в икономиката на страната. За икономиката на София обаче добавената стойност, създадена от КТИ за същия период, е почти два пъти по-висока - 7,5% (2008 г.), 6,6% (2009 г.) и 6,7% (2010 г.). Водещи области с над 90% концентрация по създаване на добавена стойност в столицата са филмовата индустрия с 96,75% и софтуера и видео игрите с 90,35%.²

Всяка година Столична община отделя над 4 млн. лева за финансиране на артистични проекти на граждански организации и творчески обединения чрез своите две основни грантови схеми – Програма „Култура“ и Програма „Европа“.

Програма „Култура“³ е създадена през 2007 г. и цели да изгради среда за развитие на културния живот в столицата, като подкрепя реализирането на проекти в сферата на културата и изкуствата с висока художествената стойност, спомага за постигане на по-голямо разнообразие и динамика в културния живот на София, насърчава реализирането на проекти с фокус върху общественостични теми и проблеми, привлича за участие гражданите в културния живот.

Дейността и развитието на Програмата се подкрепят от Обществено-експертен съвет и Творчески съвет, които определят годишните приоритетите и направления на Програмата. Администрирането и координацията на Програмата се осъществяват от Дирекция „Култура“.

Програма „Европа“⁴ стартира през 2009 г. като инициатива на Столична община и Столичен общински съвет (СОС), координирана от Постоянната комисия по европейските въпроси и връзки с гражданското общество (ПКЕВВГО). Тя подпомага сътрудничеството между гражданското общество и местната власт в София в създаването и достъпа до разнообразни практики, свързани с членството на България в Европейския съюз.

Общо за седемте години по Програма Европа са подадени 638

1 Investing in creative industries. A guide for local authorities, Work Foundation, 2009, www.idea.gov.uk/creativeindustries

2 Томова Б., Андреева Д. (2011) Картографиране на културните и творчески индустрии в София

3 Повече за Програма „Култура“ можете да откриете тук: <https://kultura.sofia.bg/>

4 Повече за Програма „Европа“ можете да научите тук: <http://www.evropa-so.bg/bg/за-програмата/история.html>

проектни предложения, от които 199 са финансирани, на обща стойност 2 892 000 лв. Неправителствените организации участват в програмата не само като водещи организации, но и като партньори. Общо за седемте години по Програма Европа като водещи и като партньори са финансирани над 250 неправителствени организации, които са регистрирани и развиват дейност на територията на Столична община. Подкрепата за неправителствените организации е не само финансова, но и институционална, защото участието в Програма Европа развива техния капацитет и укрепва възможността им да кандидатстват по други подобни програми, като Оперативните и Европейските общностни програми.

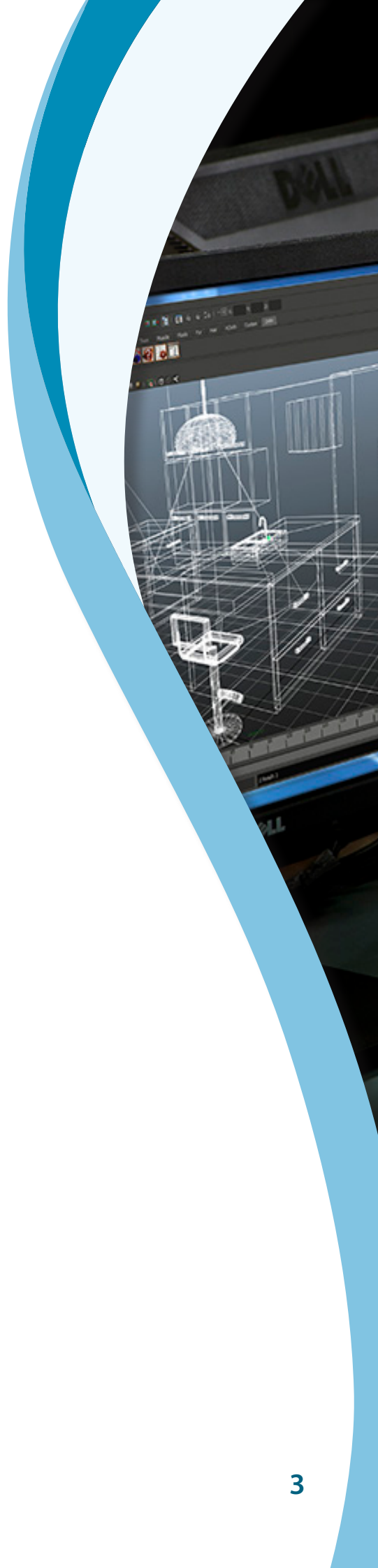
Качествено нова стъпка в създаването на местни политики за развитие и управление на столицата и тяхното изпълнение представлява регистрирането на общинската фондация **„Асоциация за развитие на София“**. След създаването си през 2010 г. Асоциацията за развитие на София концентрира усилията на местната власт да подпомогне и насърчи постоянния диалог между гражданското общество, бизнеса, държавните институции и общинската администрация за изграждане на обществена среда, която съдейства за развитието на София като модерен европейски град, подпомага устойчивото развитие, предприемчивостта и инициативността на София и нейните жители и насърчава връзката между образование, наука и бизнес.⁵

В резултат на дейността ѝ в София е създадена първата програма за следдипломна квалификация **„Академия за мениджмънт в културата“**, съвместно със СУ „Св. Климент Охридски“ и чужди културни институти в София.

През 2014 г. е създаден първият публично-частен **Фонд за иновации в културата**⁶, а през същата година София е избрана от ЮНЕСКО за творчески град на киното.

⁵ <http://sofia-da.eu>

⁶ Повече за Фонда за иновации в културата можете да научите тук: <http://fond.sofia-da.eu/bg/>



Теренното изследване на културните и творчески индустрии в София е извършено от социологическа агенция „Джънкшън България“.

Теренно изследване на културните и творчески индустрии в София

1. Методология

Изследването се основава на вторични данни, събрани чрез кабинетно проучване и качествени методи за събиране и обработка на информация. В рамките на изследването бе проведена една разширена групово дискусия и десет дълбочинни интервюта с представители на сектор „културни и творчески индустрии“, НПО сектора и представители на общинската администрация, проведени през август - септември 2016 г.

2. Основни открития

2.1. Възприемане на понятието „културни и творчески индустрии“ (КТИ)

Понятието „креативни индустрии“ или „културни и творчески индустрии“ (КТИ) е все още синкретично, не е обособено като самостоятелна тема. Сред представителите на КТИ е споделено виждането, че креативна индустрия означава не просто цена и продукт, креативност означава и „дълбочина“, което може да се интерпретира през по-широкото разбиране за култура, включващо светоглед, начин на живот и личностно израстване.

Секторите, които се причисляват към КТИ, са устойчиви културни събития (например „София диша“), медии, архитектура, филмопроизводство, архитектура, уеб дизайн.

Служителите в общинската администрация също имат ограничена представа за креативните индустрии.

2.2. Проблеми пред КТИ

Представителите на КТИ и служителите в общинската администрация имат различни гледни точки към проблемите свързани с развитието на креативните индустрии. Така според експертите от КТИ, могат да се разграничат **три групи проблеми, които пречат на развитието на КТИ в София – такива, свързани със стратегията и визията за сектора, свързани с регулаторната рамка и с реалното общуване в точките на контакт между двете групи.** Всичко това води до серия от наглед разнородни (но в крайна сметка взаимосвързани) проблеми:

- „Системите не работят (всички и навсякъде)“;
- Липсва „споделена, комуникирана“ визия за това как и накъде да се развива градът;
- Регулациите и наредбите са твърде много, сложни и противоречиви са, понякога се изключват взаимно;
- Процедурите са тромави и често обезсмислят инициативата;

- Акцент се поставя върху намеренията, а не върху крайните резултати;
- Липсва реален ангажимент - общинските служби имат друг дневен ред, в който креативните индустрии не присъстват;
- Липсва компетентност;
- Общинските служители са дистанцирани и пасивни - приоритетите на работата им са свързани със социални дейности, образование, строителни и ремонтни работи и др.;

Съвсем различна тема е влиянието на специфичният модел „от 9:00 до 17:00“, който предполага функциониране единствено в зоната на чиновнически комфорт и пълна липса на проактивност и инициатива.

По мнението на експертите, единственият начин да свършиш работа, когато проектът ти зависи от общината, е да заобиколиш системата на администрацията или да намериш кратък път, чрез който да опростиш и съкратиш процедурите. В това отношение неочаквани се оказват хората в администрацията, които представляват вътрешен контрапункт – силно ангажирани и мотивирани, готови да помогнат и да подкрепят добрата идея. Находчивата метафора „бели врани“ описва добре този тип (лична отговорност, увличане на екипите от администрацията, дават пример със своето поведение), а **алтернативата на сегашната система би била „мрежа от бели врани на неочаквани места“**. В същото време КТИ експертите си дават сметка, че това не е трайното решение, нещо повече, чрез „белите врани“ отново се нарушават правилата, вместо да се оптимизира системата.

Експертите се обединяват около виждането, че **КТИ имат голям потенциал в столицата – София е „супер град“ с концентрация на хора с творчески способности и развиващи такъв бизнес**. Има достатъчно добри практики или успешни примери, но те по правило са резултат преди всичко на силна мотивация и постоянство у хората, които развиват дейност в сферата на КТИ.

От своя страна служителите в столичната общинска администрация имат различен поглед към представителите на КТИ.

- Прекалено големи претенции и свръхочаквания към общината;
- Несъобразяване с технологичните срокове при кандидатстване за подкрепа;
- Липса на бизнес подготовка.



2.3. Участие на общината в проектите на КТИ

Участието или подкрепата на общинските власти в развитието на КТИ може да варира от инвестиране на парични средства и предоставяне на инфраструктура или място, до целенасочено планиране на общинските политики в сектора, регулации, мониторинг, обучение и застъпничество. Според типа подкрепа, могат да се разграничат три форми на участие на общината в КТИ:

- Финансово участие;
- Партньорство – например, съвместно участие и предоставяне на място;
- Нематериална подкрепа – общината като медиатор, застъпник.

Финансовото участие на Столична голяма община би трябвало да се разглежда като инвестиция, доколкото КТИ (наред с другите ползи за града) по правило носят висока възвръщаемост. Отделните райони към Столична голяма община са второстепенни разпоредители на бюджетни средства, което ограничава възможностите им за самостоятелно финансиране на дейности, освен в рамките на проектното такова. Затова втората и особено третата форма са по-адекватни на ниво столичен район (според експертите истинският потенциал за развитие на партньорството е именно там), но остават твърде слабо използвани от общинските власти.

2.4. Критерии за добри практики в КТИ

На основата на цитираните позитивни и негативни примери от служителите и представителите на КТИ, могат да се разграничат както необходимите индивидуални характеристики на агентите на успешна творческа дейност в КТИ, така и важни обективни изисквания.

- Силен и подчертан личен ангажимент на носителя на идеята, ясно лидерство
- Качествено, иновативно културно съдържание
- Потенциал за реална промяна на средата
- Мениджърски опит, грамотност в писане на проекти
- Добра отчетност, „запис, следа“ на проекта
- Устойчивост

3. Изводи и препоръки

Към настоящия момент КТИ на практика са непозната тема, чието развитие е резултат от усилията и себераздаването на хората, ангажирани в тях. Огромният потенциал на креативните индустрии и реалните икономически резултати, които те постигат, наред с факта, че те са концентрирани в столицата, дава предимство на София, което с активна подкрепяща политика на общинската власт и интензифициране на участието на общинската администрация, би мултиплицирало както икономическите ползи, така и ефектите върху развитието на града и качеството на живот на столичани.

Възможностите за такава политика са свързани с:

- 1/ разширяването на гражданското участие и прозрачността, съпроводено с
- 2/ мерки за оптимизиране на системата:
 - Опростяване на регулациите и режимите
 - Въвеждане на електронно управление на ниво общинска власт
 - Въвеждане на уведомителен, а не разрешителен режим
 - Събиране на регулярна информация за сектора, вкл. статистическа такава
 - Въвличане на повече от една институция по даден приоритет

Подобна активна политика би трябвало да премине през обособяване на отдел или звено за работа с КТИ в Столична голяма община, което би гарантирало дългосрочната и целенасочена политика и би осигурило устойчивост на усилията на общинските власти.



Видове инвестиции

Инвестициите в КТИ могат да имат най-разнообразна форма. В България най-честата практика е търсенето на финансови средства като директна инвестиция, но само онези, които имат дълъг опит във фондонабирането, знаят, че това:

- Не винаги е най-подходящата подкрепа;
- Често е най-трудно постижимата подкрепа;
- Води до сложни изисквания за прозрачност и отчетност;
- Във всички случаи е най-неустойчивата подкрепа, която даден проект може да получи.

От страна на инвеститора, искането единствено на финансови средства обикновено е знак за незрялост на кандидата, най-малкото защото търсецият не се е потрудил да опознае своя инвеститор и да оцени в дълбочина неговия капацитет, възможности и позиции в индустрията.

Всеки потенциален кандидат, който търси подкрепа на своя проект/ кампания/събития, трябва да има предвид поне следните шест инструмента, които могат да подпомогнат реализацията на неговото предложение:

1. Пари (финансов капитал):

Достъпът до финансиране може да помогне на творческите предприятия да създават продукти и/или да се разрастват. Най-често под формата на директно финансиране или информация за такова.

2. Хора (човешки капитал):

Подготвени кадри с подходящи умения и капацитет са от съществено значение за развитието на всеки бизнес, а такива често липсват в някои творчески индустрии. Липсват и знания за това как да се комерсиализират идеи и да се управлява бизнес предприятие. Основно се създават обучителни програми за създаване/надграждане на бизнес умения, инкубиране.

3. Неща (физически капитал):

Важно е да се осигури подходяща среда, в която творческите предприятия могат да работят. Наличието на конкурентна и организирана физическа инфраструктура, т.е. творчески работни пространства, отговарящи на бизнес търсенето, може да има значително въздействие върху общината/района.

4. Ноу-хау (интелектуален капитал):

Достъпът до нови идеи е в основата на сравнително предимство за творческите индустрии, така че е полезно да работи в тясно сътрудничество с университети, изследователски центрове и други източници на знание.

5. Глобално позициониране (пазар на капитали):

Насърчаването на обединения и клъстери от индустрии помага за позициониране в по-широкия регионален/национален пазар, генерира нематериални ползи за тях (напр. мрежи, контакти) и създава по-осезаеми ползи за самите райони (напр. приходи от туризъм, иновации).

6. Създаване на мрежи (социален капитал):

Мрежите са ключови за процеса на производство на творческите индустрии. Съвместната дейност подпомага колаборацията, нововъведенията, ефективното използване на налични и достъпа до нови възможности за бизнес.

Най-подходящи са комбинираните форми на инвестиране. В Таблица 1 „Видове инвестиции“ на следващите страници можете да научите повече за предимствата и недостатъците за всяка от тях, както и как да проверите коя инвестиция към коя категория принадлежи.

Въпросите, посочени в последната колона са изключително важни за Вашата самоподготовка, защото това са най-често срещаните първи въпроси на самите инвеститори, вкл. местните власти.



Инвестиция	Примери	Предимства	Недостатъци
Пари (финансов капитал)	<ul style="list-style-type: none"> - Финансиране на бизнеси - Информация за достъпни инвестиции 	<ul style="list-style-type: none"> - Важно за всички бизнеси, особено в кредитна криза 	<ul style="list-style-type: none"> - Липса на свободни средства за местната власт, много други партньори в сферата
Хора (човешки капитал)	<ul style="list-style-type: none"> - Обучителни програми, напр. Чиракуване - Университетски програми 	<ul style="list-style-type: none"> - Развитие на индивиди - Въздействие върху възстановяването и нищетата - Подобрява потенциала за иновации 	<ul style="list-style-type: none"> - Фондове
Неща (физически капитал)	<ul style="list-style-type: none"> - Работно място (съществуващо/ново) - Културни квартали - Културна инфраструктура 	<ul style="list-style-type: none"> - Може да помогне за създаването на клъстери, насърчава мрежуването и споделянето на информация - Може да покаже алтернативно приложение на съществуващи/празни пространства 	<ul style="list-style-type: none"> - Други партньори, инвестирали в тази област - Не винаги има търсене на работници
Културна инфраструктура (нова)	<ul style="list-style-type: none"> - Повишава броя на зрителите - Субсидира центрове на артисти 	<ul style="list-style-type: none"> - Овластява общностите - Допринася за културното разнообразие 	<ul style="list-style-type: none"> - Не задължително увеличава създаването на работни места в КТИ
Ноу-хау (интелектуален капитал)	<ul style="list-style-type: none"> - Интелектуална собственост - Развитие на продукти 	<ul style="list-style-type: none"> - Жизнено важно за иновациите и конкурентните предимства 	<ul style="list-style-type: none"> - Предизвикателство за местите власти
Глобално позициониране (пазар на капитали)	<ul style="list-style-type: none"> - Събития/фестивали - Лидери 	<ul style="list-style-type: none"> - Полза за "образа на мястото", туризъм - Потенциал за образователни ползи - Може да повлияе на разделените общности 	<ul style="list-style-type: none"> - Не е задължително създаване на работни места в КТИ - Може да изисква дългосрочна инвестиция
Създаване на мрежи (социален капитал)	<ul style="list-style-type: none"> - Събития за създаване на контакти - Международни мрежи 	<ul style="list-style-type: none"> - Важни за иновациите, бизнес възможностите и развитието на сектора - Може да бъде на относително ниска цена 	<ul style="list-style-type: none"> - Не всички мрежи са успешни, ако са ориентирани само към доставки - Трябва да се избягва монополизма, за да се предотврати инерцията

Градски/селски	Сектори	Проверка
- Зависи от наличието на фондове – селата трябва да търсят начин да се свържат с по-големите общини	- Всички	- Какво вече съществува? - Какво е търсенето от другите бизнеси?
- Видовете доставки зависят от населението	- Различните сектори имат различни обучителни потребности - Управление и лидерство са важни за всички	- Каква е необходимостта от умения? - Какво вече съществува?
- Видовете доставки зависят от населението	- изкуства и занаяти се нуждаят „разхвърляни/ мръсни“ пространства - Софтуер– основно офиси и широколентов Интернет - Всички – важно е да има пространство за мрежуване	- Какви са съществуващите доставки във Вашата община и близо до Вас? - Какви е търсенето на бизнеса (видове и количество пространства)? - Какво можете да си позволите и как най-добре да използвате съществуващите пространства?
- Нужда от подкрепа на брой посетители	По-свързана със субсидираните изкуства и култура	Устойчива ли е допълнителната инфраструктура?
- Често се изгражда при връзка с университети. Предизвикателство е, когато ги няма	- Важно за развитие на ноу-хау в и измежду секторите	- Как местните власти се свързват университетите/ изследователските центрове/други доставчици?
- Трябва да надгражда спецификата на района	- Различните сектори печелят по-различен начин от различните типове събития/концерти/ търговия	- Как да подкрепим инициаторите на събития/ фестивали? - Какви са характеристиките на мястото, върху които ще се изгражда креативната икономика?
- За отдалечените места мрежите са ключови - В градските зони създават възможност за среща между различни сектори и генерират иновации	- Всички. Може би нуждите на някои специфични секторни мрежи	- Какво вече съществува и как се справят участниците? - Има ли нужда от повече мрежи? - Как се координират съществуващите мрежи, за да задоволят нуждите на КТИ?

Местните власти – активни участници

Чрез своите правомощия местните власти имат значимо влияние върху локалните индустрии, и конкретно – към културните и творческите такива. То може да се проследи от създаването на политики до тяхното изпълнение и проследяване. Ето защо, ролята на общинското ръководство, вкл. кметовете и общинските съвети, е ключова и се изразява в:

- Планиране;
- Издаване на лицензи;
- Регулиране на дейността;
- Наблюдение на търговските практики;
- Осигуряване на здраве и безопасност на събитията;
- Стратегическа и финансираща роля по отношение на училищата и продължаващото образование;
- Инициране на партньорства, особено в културата и висшето образование;
- Директни доставки, напр. чрез библиотеките или културните институти;
- Посреднически дейности.

На практика, това рядко се случва. Голяма част от общинската администрация възприема своята роля като „регулатор“ и „контрольор“ и често забравя възможностите и отговорностите си да работи съвместно с представители на останалите заинтересовани страни за търсене на градска идентичност и добавена стойност чрез създаване на нови идеи, продукти, събития.

Всъщност, има поне осем области, които общинските служители могат да разработят, за да повлияят положително върху развитието на КТИ¹:

- **Необходимост** – Колкото повече образовани и чувствителни към изкуството хора се възпитават в целия град, толкова повече ще се стимулира увеличаването на броя на изпълнителите и предприемачите. Ранното опознаване на културата, по-високото образование и децентрализирането на творчески дейности в отделните квартали, ще подпомогне достъпа на всички желаещи.
- **Разнообразие** - Разнообразието е от решаващо значение за продължителния успех на творческите индустрии. Колкото по-голямо е то, толкова повече се насърчават откритостта и конкурентността. Обединяването на разнообразни таланти в областта на изкуството промотира интердисциплинарен подход и много по-често води до иновации.

1 (2007) Staying ahead: the economic performance of the UK's creative industries, The Work Foundation, Department of culture, media and sport, http://www.theworkfoundation.com/assets/docs/publications/176_stayingahead.pdf



- **Равен достъп на всички** - Творчеството процъфтява в среда, която насърчава иновациите и експериментите. Някои индустрии, като производството на филми и видео игри, предполагат наличието на сравнително малък брой големи дистрибутори. Това трябва да се избягва, защото понякога води до ограничаване на разнообразието на творческите продукти, които се предлагат на обществеността, а и може да ограничи растежа на малките и средните компании.
- **Меки умения и образование** – Когато има недостиг на специфични за индустрията знания и умения за това как да се комерсиализират творческите идеи, трябва да се популяризират повече възможностите за професионално развитие и кариера в творческата икономика измежду ученици и студенти.
- **Мрежи** - Много малко компании имат достатъчно капацитет и разнообразни специалисти в своите организации, за да могат да реализират всички пазарни възможности. Те трябва да бъдат в състояние да набират експерти и от свободния пазар, от професионалните мрежи и да запълнят празнините в своите екипи. Интернет дава още по-големи възможности това да се случи.
- **Подкрепа от публичния сектор** - Повечето представители на културните и творческите индустрии по някакъв начин са получили подкрепа и/или финансиране от страна на публичните власти. Необходимо е тази практика да се усъвършенства и обогатява.
- **Интелектуална собственост** – Нормативната рамка е от изключително значение за опазване и насърчаване на създаването на културни продукти. Тя обичайно се регулира на национално ниво, но общините могат да доразвият и/или подпомогнат спазването на законодателството и защитават активно авторското право на артистите.
- **Повишаване капацитета на бизнеса** - Има множество малки и средни творчески предприятия, но те ежедневно се борят за управление на паричните си потоци, навременната доставка на по-големи поръчки, както и увеличаване на мащаба на работата си. Някои правилни политики могат да решат въпроса за достъп до свеж капитал или участие в големи арт събития – фестивали/ изложения/изложби.



Въздействие на КТИ

Както всяко комплексно явление, така и КТИ имат разностранно и многопластово въздействие. Анализирането и по-задълбоченото му разбиране би позволило на представителите на местната администрация да се възползват по-пълноценно от резултатите от собствените си инвестиции. Това е особено валидно за социалното измерение – повишаването на качество на живот води увеличаване на населението, привличане на образовани и активни жители, културно разнообразие и сближаване на общността. Наличието на подобен резултат винаги води след себе си сигурност на района, възможност за изпълнение на дългосрочна визия за развитие и растеж.

В таблицата са описани различните проявления на въздействието:

Таблица 2 „Въздействие на КТИ“

Тема	Тип въздействие	Конкретни измерения
Икономическо въздействие	Пряко	- Приходи - Създаване на работни места - Нови компании
	Непряко	- Иновации - Туризъм
Регенерация/обновление	Икономическо и физическо	- Създаване на нова визия и привличане на нови инвестиции - Подобрене на обществената среда
	Сближаване на общността	- Увеличаване на увереността на жителите - Участие
Умения	Социални	- Създаване на нови умения
Създаване на място	Социално	- Изразяване на културно многообразие
	Привлекателност на мястото	- Привлекателност за работа, компании и посетители - Подобро качество на живот на жителите

Оценка на инвестициите в КТИ

Днес Столична община има ясно структурирана и добре работеща система от грантови програми, която се усъвършенства почти 10 години. Това я превръща в експертен, устойчив и предвидим донор, който прозрачно разпределя годишния общинския бюджет за култура. И въпреки че предложенията за подпомагане на проекти в КТИ са разнообразни, несравними по своята тематика, форма и участници, експертите – оценители разполагат с утвърдена и предварително представена методика за техния подбор. Това създава пътеки за активна комуникация с неправителствения сектор и творческите предприятия и допринася за предвидимостта и доверието към администрацията от тяхна страна.

За съжаление, към културните и творчески индустрии все още се подхожда по-скоро „административно“, отколкото „инвестиционно“. Оценката на подобни предложения за проекти се извършва на ниво „съответствие“ и „индикатори за резултат“, и рядко се измерват потенциала за развитие/растеж и средносрочното им въздействие. Още повече, че изпълнителите на отделните програми (представители на специализираните дирекции в Столична голяма община и районните администрации) рядко се стремят да разберат „голямата картина“ и не поддържат постоянна връзка помежду си. Това води до непълно използване на възможностите, които отделните КТИ проекти предоставят.

Представената в Таблица 3 Матрица позволява на служителите на местната власт да „погледнат“ през призмата на инвеститори и да зададат различни въпроси към творческите предприятия и дейтели, за да получат нови отговори за поставянето на дадено предложение в неговия контекст, добавената му стойност на пазара и рисковете, с които се среща; потенциала му да промени дългосрочно средата и възможността да допринесе за изпълнението на други общински цели, различни от тези в културата.

От друга страна, авторите на творчески идеи/ инициативи/продукти могат да я използват, за да осмислят собственото си място в по-голямата карта на всички творчески и връзките им с други индустрии, в дадения район.

Матрицата може да се използва и за усъвършенстване на наличните политики и грантови схеми за насърчаване на културните и творческите индустрии.



Матрица за оценка на инвестиции в културни и творчески индустрии

Тема	Въпроси
А. Стратегически контекст Как инвестицията в КТИ ще подпомогне местните власти да постигнат своите приоритети?	1. Какви са основните приоритети на местните власти за: - икономическо развитие - възстановяване и интегриране - създаване на умения - създаване на по-добро място за живеене?
	2. Какви са общинските приоритети във връзка с тези четири елемента?
	3. Какви са областните приоритети?
	4. Какви са предизвикателствата пред местните власти (напр. в контекста на рецесия/възстановяване)?
Б. Местна икономика Колко важни са КТИ за местната икономика?	5. Каква част от работните места на местната икономика са в областта на КТИ? Как се променя тази статистика в последните години?
	6. В кои сектори има най-много заети в КТИ?
	7. Има ли налична статистика? Тя се основава на вторични данни или на специализирани изследвания по темата?
	8. Колко важни са КТИ за качеството на живот на местната икономика?
	9. Колко важни са КТИ за туризма в местната икономика?
В. Желани резултати Какво се опитвате да постигнете чрез инвестицията в КТИ и реалистично ли е то?	10. Дали секторите, в които сте силни, ще допринесат за: - иновации и добавена стойност - работни места - създаване на по-добро място за живеене - възстановяване и интегриране
	11. Какви резултати се надявате да постигнете чрез тази КТИ инвестиция?
	12. Има ли доказателства, че тези резултати са постигнати някъде другаде?
Г. Планирани дейности Кои дейности ще постигнат търсените резултати; резултати, които се търсят и не могат да бъдат постигнати по никакъв друг начин?	13. Какво е настоящето състояние на „креативна инфраструктура“ в общината? - (Пари) – наличие на финансиране за бизнеса - (Неща) – физическа инфраструктура - (Човешки капитал) – умения/професионалисти - (Социален капитал) – мрежи/организации - (Ноу-хау) – интелектуална собственост - (Пазар) – катализатор/маркетинг
	14. Какво е настоящето състояние на „креативната инфраструктура“ в общината и областта?
	15. От какъв тип е общината? Общината част ли е от по-голям регион, който включва наличие на голям град?

Таблица 3 „Матрица за оценка на общинската инвестиционна политика в КТИ“

Тема	Въпроси
	<p>16. Има ли нужда от допълнителна „креативна инфраструктура“? От какъв вид? В кои сектори? Дали това е предварително консултирано с бизнеса?</p> <p>17. Има ли нужда от допълнителна „креативна инфраструктура“ в шестте категории на областно ниво?</p> <p>18. Необходимите ресурси в чии правомощия са – на общината или на областната администрация?</p>
<p><i>NB: Много КТИ компании споделят, че местните власти инвестират в КТИ без да се консултират с тях. Това често води до неподходящи и излишни инвестиции.</i></p> <p><i>Ако има малка заетост в КТИ във Вашата община/високо ниво на доставка на инфраструктура, може би е добре да се свържете с вдъхновяващи работници от съседните общини/съществуващи доставчици, вместо да приоритизирате допълнителни инвестиции в сектора.</i></p>	
<p>Д. Партньори</p> <p>Каква е ролята на местните власти по отношение на инвестициите в КТИ в сравнение с останалите им партньори?</p>	<p>19. Консултирахте ли с вътрешни партньори в местната администрация, вкл. онези, които работят в:</p> <ul style="list-style-type: none"> - дирекция „Икономическото развитие“/“Стопанска дейност“ - дирекция „Връзки с обществеността“ - дирекция „Планиране“ - дирекция „Образование“ - дирекция „Култура“ - други бизнес асоциации <p>20. Какви дейности от сферата на КТИ извършват нашите партньори?</p> <p>21. С кого е необходимо да работим, за да отговорим на нуждите в нашата община?</p>
<p>Е. Разходи</p> <p>С какъв бюджет разполагаме и как можем да го инвестираме най-умно в КТИ?</p>	<p>22. Какви са разходите и разходните пера? Можем ли да постигнем възвращаемост на инвестицията във физическото място или от инвестициите в мрежи/умения? Ще ни доведат ли до търсения резултат?</p> <p>23. Какви източници за инвестиране се предоставят от нашите партньори? Какво е необходимо ние да финансираме? Колко устойчиво е това финансиране?</p> <p>24. Как съществуващите активи и ресурси на общината могат да бъдат използвани?</p> <p>25. Как могат да бъдат подкрепени капиталовите разходи? Как могат да бъдат подкрепени разходите за управление и оперативните разходи, и да бъдат устойчиви чрез възможни приходи?</p>
<p>Ж. Оценка</p> <p>Какви са индикаторите за измерване на успеха на КТИ инвестициите?</p>	<p>26. Каква е предполагаемата времева рамка за инвестицията?</p> <p>27. Какво трябва да бъде оценявано? (инвестиция/въздействие върху КТИ на местно ниво)</p> <p>28. На какво ниво трябва да се осъществи инвестицията? (въздействие на общинско/областно ниво)?</p> <p>29. Как се измерва въздействието? (Критерии за оценка на достойнствата на инвестицията? Как изглежда удовлетворяващата инвестиция?)</p> <p>30. Как може да бъде идентифицирано реалното въздействие? До каква степен резултатът е продукт на тази инвестиция? Кои други фактори са допринесли за постигането на този резултат?</p>

Адаптиран от: "Investing in creative industries. A guide for local authorities", Work Foundation, 2009, www.idea.gov.uk/creativeindustries

Добри практики в сферата на културните и творчески индустрии

Наименование	Направление	Организатори	Партньори
Граждани и кметове в "Направи си сам София"	Архитектура и градска среда	Столична община, сдружение "Трансформатори"	Група Град
ПОДЛЕЗНО	Архитектура и градска среда	ПОДЛЕЗНО	Фондация "BCause"
One Architecture Week	Архитектура и градска среда	One Foundation for Culture and Arts	Община Пловдив
PARK(ing) Day	Архитектура и градска среда	Фондация "Credo Bonum"	Столична община
Годишни награди "Читател на годината"	Библиотечно дело, издателство	Столична библиотека	Мария Габриел - евродепутат, регионалните библиотеки в страната
Създаване на нов филиал на Столична библиотека	Библиотечно дело, издателство	Столична библиотека, Столична община	Община "Студентска", Минно-геоложки университет
София – град на книгите, четенето и грамотността	Библиотечно дело, издателство	Столична библиотека	Дирекция „Образование“ и Дирекция „Култура“ на Столична община
Международен хайку фестивал София	Библиотечно дело, издателство	Столична библиотека	Столична община
Кампания "София-град на книгите, четенето и грамотността"	Библиотечно дело, издателство	Столична библиотека	Дирекция "Култура" на СО, РИО София - град
Къща за литература и превод София	Библиотечно дело, издателство	Фондация „Следваща страница“	Червената къща, Проект Права на човека, Erste Stiftung
Фестивал на науката	Визуални и сценични изкуства	Британски съвет и Форум "Демокрит"	Столична община, Министерство на образованието и науката
Платформа Световен театър в София и фестивал „Варненско лято“	Визуални и сценични изкуства	Фондация „Международен театрален фестивал Варненско лято“	Българска асоциация за театър, Столична община, Община-Варна, Министерство на културата
Образователна платформа "Въведение в съвременното изкуство"	Визуални изкуства	Фондация "Отворени Изкуства"	Община Пловдив, ОФ "Пловдив 2019", Фондация "Америка за България"
София диша	Визуални изкуства и дизайн	Фондация "София Диша"	Столична община

Таблица 3 „Добри практики в сферата на културните и творчески индустрии“

Наименование	Направление	Организатори	Партньори
One Dance Week, Sofia Contemporary и Mellow Music Festival	Визуални и сценични изкуства	One Foundation for Culture and Arts	Община Пловдив
Джаз за деца	Визуални и сценични изкуства	Фондация “Джазтет”	Фондация “Арт офис”, Фондация “Зелена улица”, Сдружение “Трансформатори”
Графити в кв. Подуяне	Визуални изкуства и дизайн	Фондацията за градско изкуство	Район “Подуяне”, община София
Каварна рок фест	Визуални и сценични изкуства	Община Каварна	Жокер Медиа
Яжте здравословно, похвалете се със снимка!	Гейминг, онлайн съдържание	ЕйБиСи Дизайн енд Комюникейшън ЕООД	Bonduelle България
Състезание за блогъри за снимка с Olympus PEN EPL-7	Гейминг, онлайн съдържание	ЕйБиСи Дизайн енд Комюникейшън ЕООД	Олимпус България, Фотосинтезис
Лотария с касови бележки на НАП	Гейминг, онлайн съдържание	Национална агенция по приходи	Н/П
Спаси София – нови указателни табели	Дизайн, комуникационен дизайн	Спаси София	Столична община
One Design Week	Дизайн, комуникационен дизайн	One Foundation for Culture and Arts	Община Пловдив
Хакатон “София става супер”	Дизайн, комуникационен дизайн	Innovation Starter Box Леона Асланова	Столична община
Филмов фестивал пред сградата на кметството във Виена	Кино/режисура/ фотография	Община Виена	Н/П
Sanctuary & Sustainance: Историята на много пътувания	Кино/режисура/ фотография	ART WORKS Projects	Frankel family foundation, UNCHR
Деца на света	Радио	Радио Family	Асоциация на българските училища за чужбина, Асоциация “Родители”
Пътят на храната	Радио	Българска мрежа на Глобалния договор на ООН	Радио Family, Българска хранителна банка
Образователна поредица “Децата знаят”	Радио	Радио Family	Детски научен център Музейко, Радио ФМ+
Забавното четене	Телевизия	Az-deteto (Investor.bg)	Столична община
Игриада	Телевизия	Az-deteto (Investor.bg)	Столична община
“Промяната”	Телевизия	Фондация “Reach for change”	Нова телевизия
кВАРТАл фестивал	Визуални и сценични изкуства	Фондация “Credo Bonum”	Еврейски културен център Шалом, Арт Фондация ДОМА



Филмов фестивал на открито пред сградата на общината във Виена

Филмовият фестивал, провеждащ се на открито на площада пред сградата на кметството на Виена (Rathausplatz), е едно от най-големите културни събития в Европа. Фестивалът акцентира на музикалните филмови продукции и е умело съчетан с богата кулинарна програма.

Повече от четвърт век съществува традицията от средата на месец юли до началото на септември на площада пред общината (Rathausplatz) да се събира музикалният елит на планетата. Почитателите на класическата музика имат възможността да се насладят на сензационни продукции, повечето от които никога не са били показвани на други фестивали. Сцената е оборудвана с 300m² прожекционно платно, професионална HD прожекционна техника и отлична звукова система, които гарантират незабравимо преживяване.

От 26 години филмовият фестивал привлича милиони виенчани, австрийци и чуждестранни посетители. В съчетание с кулинарната програма, събитието събира много спонсори и макар че входът за посетители е свободен, се реализира при почти нулеви разходи за общинската администрация.

За да имат възможност хората със специфични потребности да се насладят пълноценно на събитието, организаторите на фестивала са осигурили оборудване на около 300 места със специални слушалки с индукционни намотки за хора с увреден слух. Пространството се изгражда така, че да има достатъчно рампи за граждани в инвалидни колички. Места за инвалидни колички са осигурени в началото или в края на всеки ред.

Пред кметството са монтирани множество тенти, които осигуряват сянка и защита от дъжд на всички кулинарни зони и места за сядане.

Всяка година диапазонът от кулинарни изкушения е на топ ниво. Известната фирмата DO & CO осигурява 26 кулинарни експерти, които предлагат на посетителите изискани деликатеси от цял свят и националната кухня на най-високо качество.

Новост тази година е "RicoH-Open-Air-Lounge" - най-красивият открит офис във Виена. Той поема до 20 души, оборудван е с презентационна бяла дъска, бърз интернет, принтери и друга модерна офис техника. От него се открива красива гледка към цялото пространство на филмовия фестивал и изглед към кметството. Офисът може да бъде нает за работни срещи, презентации и конференции, всеки ден по време на фестивала.

Един от акцентите на програмата през 2016 г. беше излъчването на запис от операта Бохеми, заснет в Метрополитън опера, Ню Йорк. Продукцията е световен дебют и абсолютна премиера на филмовия фестивал във Виена.

Повече информация можете да откриете на адрес:
<http://filmfestival-rathausplatz.at>



Sanctuary & Sustenance: Историята на много пътувания

Над 65 милиона души по целия свят в момента са без постоянен адрес. Те са напуснали домовете си, за да избягат от война или гонение. Този проект разказва историята на пътуванията на част от тези хора.

“Sanctuary & Sustenance: Историята на много пътувания” представлява най-общо мултимедийна прожекция на фотографии, кино, музика и текстови послания по фасадите на обществени сгради в различни градове по целия свят. Освен обществени сгради, инсталацията обхваща фасадите на граждански центрове, храмове, училища и университети, търговски центрове, както и места за посрещане и подслон на бежанци.

Проектът стартира на 20 юни 2013 г. в чест на Световния ден на бежанците в градове по целия свят.

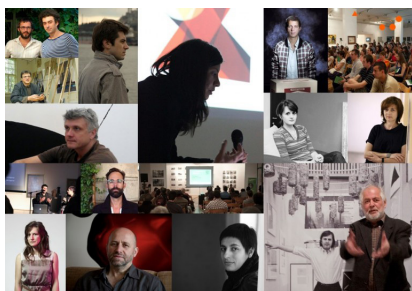
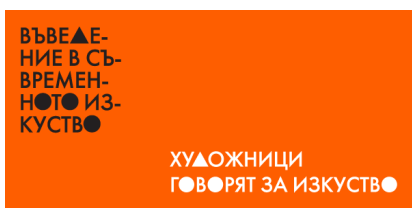
Чрез снимки, движещи се графики и музика, зрителите имат възможност да се проследят пътя на едно семейство по време на катастрофални събития от процеса на тяхното печално пътуване по пътя към “светлото” бъдеще, както и дългия процес на адаптация и възстановяване на техния живот в нова общност. Sanctuary & Sustenance има за цел да повиши общественото съзнание по тези въпроси на възможно по-широк кръг от хора и да улесни разговорите за нашата колективна отговорност да приветстваме бежанци и да насърчи политиките да действат в полза на основните права на човека за бежанците и за търсещите убежище.

В началото на 2015 г., в много американски и европейски градове започна втората фаза на инициативата с водещи фотографи Muna Malik, Khadija Charif, Julia Rendleman, Misael Virgen, Maren Wickwire.

Градове, включени в проекта Sanctuary & Sustenance

Chicago, Illinois
Pittsburgh, Pennsylvania
Minneapolis, Minnesota
San Diego, California
Cologne, Germany
New York City, New York
Rome, Italy
Beirut, Lebanon
Budapest, Hungary
Sofia, Bulgaria
Prague, Czech Republic
Bucharest, Romania
Ljubljana, Slovenia
Warsaw, Poland
Milan, Italy

Повече информация можете да откриете на адрес:
<http://facebook.com/ArtWorksProjects>



Образователната платформа се осъществява в партньорство с галерия SARIEV Contemporary.

Повече информация можете да откриете на адрес: <http://openarts.info>

Образователна платформа “Въведение в съвременното изкуство”

Образователната платформа “Въведение в съвременното изкуство” (с пилотно издание през 2011 г.) е част от образователната програма на фондация “Отворени изкуства”. Концепцията на инициативата е разработена съвместно с кураторите Светлана Куюмджиева, Вера Млечевска и Весела Ножарова. 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.

Платформата се вписва в слабо разработения контекст на съвременното изкуство, в който се открояват малко на брой, но разпознаваеми действащи лица. Характеристики на този тесен контекст са: 1) относителната стабилност на фигурите в него (преди всичко високия им символен капитал) и липсата (поне привидна) на адекватна конкуренция; 2) своеобразно “узурпиране” на средата от тези фигури (преди всичко чрез символна власт).

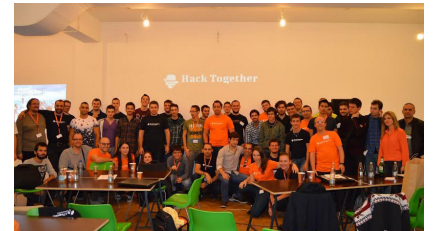
Събитията към платформата протичат в различни структурни етапи – специализиран образователен курс, отворени лекции, разговори с творци и др.

Първият етап през 2011 г. протича като платен “Образователен курс в три сесии”, който се провежда в Склада +/- в София с водещи Светлана Куюмджиева, Весела Ножарова и Вера Млечевска. През пролетта на 2012 година се провеждат „Разговори с Творци” в Софийска градска художествена галерия и „Неделни лекции” във Vivacom Art Hall, програмата е с вход свободен и предварително записване.

През 2013 г. програмата протича във формата на събеседване на изявени съвременни български творци с младия куратор Вера Млечевска. През 2014 г. курсът е озаглавен “Медия или Концепция” и е воден от теоретици и пишещи за изкуство - Рене Бекман, Диана Попова, Светлана Куюмджиева.

През 2015 г. се провежда петото издание на платформата, темата е “Кураторите говорят”, а събитията се провеждат в Софийския университет, Гьоте-институт, Чешки център и Национална художествена академия. За първи път в образователната платформа взимат участие чуждестранни гост-лектори, а събитията се провеждат и в Пловдив.

За шестото си издание през 2016 г. платформата стартира новия формат лекционни турове с художника Лъчезар Бояджиев; продължава се образователната линия за създаване на познание за съвременното изкуство, а новият формат предлага нов подход за включване на публиката и възприемането на изкуството и градската среда в по-широк контекст.



Хакатон „София става супер“

Форматът „хакатон“ създава възможност за специалисти в различни области да работят съвместно върху решаването на общ проблем.

Първият 24-часов хакатон за София бе проведен през 2016 г. и имаше за цел да захрани Столична община с предложения за работещи решения и оптимизиране на средата в областта на образование и културно наследство, култура, здравеопазване. 16 студентски отбора работиха до изтощение, за да обновят града, в който живеят и всички да си тръгнат сити – и те, с нови идеи и награди, и столицата - с нестандартните предложения, които да бъдат реализирани (дано) чрез Фонда за иновации в културата към Столична община.

16-те отбора идентифицираха празните ниши в градското пространство и предложиха варианти как нощна и уикенд София да станат уникална марка със своя идентичност, как да се ориентираме по-лесно сред морето от предлагани услуги в града, как да взаимодействаме по-добре с града си, когато пътуваме, учим, работим.

В петте отбора-финалисти ЕЛМО, Sportify, Squad, El Romantico и ABD Crew се включиха студенти от СУ, НБУ и Колеж по мениджмънт. Отличените отбори представиха своите иновативни решения в подкрепа утвърждаването на София като дигитална столица на новите пазари. Столична община се ангажира да тества и приложи технологичните решения.

Журито избра първенците сред най-добрите, но по-важна бе възможността и общината, и бизнесът, и гражданите да преоткрият своята софийска реалност и да я иновират, всеки според възможностите си и най-вече в нови взаимодействия.

Мнението на организаторите бе, че „24 часа идеен хакатон няма да реши проблемите на столицата, но дава възможност да съ-преживеем София - няколко поколения и възгледи за света.“

Хакатонът се осъществява от Асоциация за развитие на София с подкрепата на Мтел и Фондация „Работилница за граждански инициативи“.

Повече информация можете да откриете на адрес:
<http://innovationstarterbox.bg>



Образователният експеримент се осъществява в партньорство с Българска хранителна банка, ЕКОПАК България и La Pasterria.

Повече информация можете да откриете на адрес: www.unglobalcompact.bg



Реалити за деца “Пътят на храната”

Първият образователен поведенчески експеримент в България учи тинейджърите как да потребяват отговорно по повод Световния ден на околната среда за 2015. Целта на пътешествието с кауза „Пътят на храната“ е участниците и техните приятели да изградят отговорно потребителско поведение, да мислят критично, да търсят алтернативи, да консумират с мярка, тъй като всяко действие води до промяна за цялата планета.

Организираното от Българската мрежа на Глобалния договор на ООН и радио “Фемели” образователно реалити за тинейджъри чрез игра учи децата как да пазаруват и приготвят храната си разумно и с мярка и какво се случва с отпадъците. Младежи от различни столични училища се включиха в „демонстративно пазаруване“, последвано от приготвяне на храна за „купон“ под вещото ръководство на шеф кулинар. След консумирането на приготвената от самите тях храна, участниците проследиха пътя на боклука, който са оставили след готвенето си до завод за преработка на отпадъци на „Екопак България“ и до Българска хранителна банка. Освен почитването на дарение от лук, участниците научиха повече за модела на хранително банкиране и се включиха в **програмата Robin Food**. Като посланици на храната те разказаха за своето пътуване в своите училища.

По време на цялото пътешествие, децата имаха ангажимент да споделят своето преживяване в социалните мрежи. Цялото преживяване бе заснето и впоследствие бе създаден филм.

Всяка година на 5 юни хората по света празнуват международния Ден на околната среда. Темата през 2015 г. „Седем милиона мечти. Една планета. Консумирай с мярка“ се фокусира върху отговорното потребление и устойчивия начин на живот. Това е ден за действие, в който се случват стотици хиляди инициативи за подобряването на околната среда сега и за в бъдеще. Българската мрежа на Глобалния договор на ООН е организатор на инициативата в България.

Международен хайку форум София

„Международен хайку форум София“ е проект на Столична библиотека.

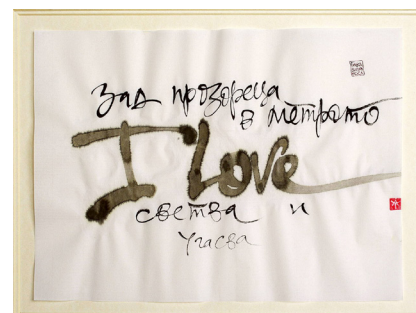
През последното десетилетие хайку поезията се превърна в един от най-бързо развиващите се литературни жанрове в световен мащаб. Обособено като самостоятелна поетическа форма в Япония през 17 век, хайку започва да навлиза в Европа в началото на миналото столетие, а благодарение на интереса на писателите от бийт генерацията (като Джек Керуак и Алън Гинзбърг) придобива широка популярност в САЩ след 50-те години на 20 век. В края на века се забелязва нарастване на вниманието към хайку в много страни по света, като тази вълна не подминава и България.

През 2000 г. се създава Български хайку клуб (сега Български хайку съюз), 2005 г. – Хайку клуб София, а после - клубове в много градове на страната.

Проектът стартира през април 2016 г. с обявяването на конкурса „Моето хайку за София“. Последващите дейности включиха:

- Хайку конференция на тема „Хайку в градска среда“.
- Голямо четене на автори на хайку от България и чужбина, сред гостите са Дейвид Ланю (САЩ, президент на Американското хайку общество), Дитмар Таухнер (Австрия), Йон Кодреску (Румъния).
- Представяне на излезлите досега в България хайку многоезични антологии - „Градът“ (български/френски), „Огледала“ (български/английски/френски), „Различна тишина“ (български/унгарски), българо-английските издания „Цветето“, „Розата“, „Птицата“, „Пътят“. Представяне на алтернативни хайку жанрове: хайга - съчетаване на хайку с живопис/фотография), хайбун - съчетаване на хайку с проза, хайку-роман.
- Хайку разходка из София, по време на която участниците във форума пишат хайку, вдъхновени от забележителностите на София.
- Издаване на българо-английска антология - с текстове от конкурса, докладите от конференцията и хайку от нашите и чуждите участници във форума.

Столична библиотека и популярните ѝ културни инициативи - литературният клуб „Благодатният четвъртък“, „Поетическите трубадурски двубои“, премиерите на книги на изтъкнати автори, традиционно събират многобройна читателска и зрителска аудитория в София. Със сигурност проектът „Международен хайку форум София“ и включените в него атрактивни арт събития предизвикаха интерес у софиянци и гостите на града и приобщиха нови и млади читателски публики към поезията и творчеството.



„Международен хайку форум София“ е финансиран от Столична програма „Култура“ на Столична община за 2016 г. Проектът се осъществява с медийната подкрепа на „Литернет“ и участието на Хайку клуб София.

Повече информация можете да откриете на адрес:
<http://www.libsofia.bg>



Фестивалът за градска култура се организира от Фондация „София диша“ и Столична Община и е част от Календара на културните събития на Столична община.

Фестивал за градска култура „София диша“

Фестивалът „София диша“ обединява визуални и сценични изкуства, литература, екология и спорт, както и социално-образователни инициативи. Провежда се всяка неделя от месец август в град София, когато няколко столични улици се превръщат в пешеходни и на тях артисти от различни изкуства и жанрове продават свои творби и организират творчески ателиета на открито, създават се временни кафенета и места за срещи, изкуство, спорт и отдих. Първото издание на фестивала започва от една софийска улица - Шишман, и постепенно се разширява и променя своя обхват.

„Амбициите на фестивала са насочени към стотиците самостоятелни български автори, различни организации и инициативи, които да получат възможност за изява. „София диша“ има за цел в културно, социално и икономическо отношение да реализира огромния потенциал, който София притежава. По този начин столицата ни ще се появи на европейската културна карта, като сериозен център на култура и събития“, заявяват организаторите.

През 2016 „София диша“ включи по-големите централни булеварди и приобщи градини и паркове към локациите. Фестивалът ангажира по-големи градски пространства за провеждането си и обособи различни тематични зони през всяка една от неделите. Фестивалът имаше оформени зони за спорт и забавления за деца.

„София диша“ 2016 подкрепи общо пет социални каузи, като всяка тематична зона застана зад една специално избрана:

- 1/ Творческа зона Staropraven – Подкрепа на творческите таланти в България;
- 2/ Базарна зона – Подкрепа за творческите индустрии в България;
- 3/ Релакс зона – Подкрепа за хората в неравностойно положение;
- 4/ Спортна Зона Decathlon – Здравословен начин на живот за всеки;
- 5/ Детска зона – Не на насилието върху деца.

През 2016 г. фондацията и общината стартираха тригодишен план за развитието на проекта - „София да диша за България“, като си поставят за цел да го превърнат в национален бранд и част от кампания за популяризиране на България в Европа и света. Като партньори в тази амбициозна задача се включиха и различни национални институции и организации като Министерство на външните работи и Летище София.

Повече информация можете да откриете на адрес:
<http://sofiadisha.com>



Забавното четене

„Забавното четене“ е инициатива, която започва през 2011г. Организира се от детския онлайн портал Az-deteto.bg в партньорство със Столична библиотека и е насочена към деца между 6 и 14 години. Кампанията е национална и обхваща и най-малките градове на България. Тя възпитава навици за четене у децата и ги стимулира да четат повече.

В самото начало започва като идея децата да четат през лятото, когато имат повече свободно време. През лятната ваканцията децата получават списъците си с книги от задължителната литература. Първоначалното име на кампанията произлиза от точно тази идея – „Забавното лятно четене“. Основен източник за проследяване на нейния напредък е електронният читателски дневник, поместен на Az-deteto.bg, където всяко дете попълва информация за книгите, които е прочело.

В продължение на 5 години в кампанията взимат участие над 12 500 деца и са отбелязани над 137 000 книги. Екипът на „Забавното четене“ гостува на библиотеките в над 30 града, за да популяризира инициативата сред децата, библиотекарите и учителите.

През 2016 г. се поставя акцент върху четенето с разбиране. Инициативата се провежда под мотото „Чети между редовете“. Четенето с разбиране лежи в основата не само на образователните умения, но и в основата на уменията ни да комуникираме пълноценно със заобикалящата ни среда.

Мащабите на инициативата достигат внушителни размери и срещат подкрепата на всички институции, организации, училища, учители, библиотеки, общини и културни дейци от цялата страна. Над 60 детски автори, известни личности, културни дейци и представители на регионалните инспекторати по образованието и общините, приемат титлата „посланик на детското четене“.



Кампанията се провежда с подкрепата на цялата медии на групата Инвестор БГ и зрителите и читателите могат да я проследят не само на сайта на организатора Az-deteto.bg, но и в ефира на национална телевизия Bulgaria ON AIR, както и в други сайтовете от групата: az-jenata.bg, dnes.bg.

Повече информация можете да откриете тук:
<http://www.az-deteto.bg/knigi>

Катрин Иванова,
katrin.ivanova@Investor.bg



Графити в Подуяне



Район Подуяне в София е дом на близо 85 000 души. През него преминават три реки - Перловска, Владайска и Слатинска. В района има жп гара, автогари, промишлени предприятия. Жилищното строителство е смесено - къщи, панелни блокове, нови сгради. Районът се очертава като най-гостоприемният район на столицата за графити художниците. Няколко инициативи за рисуване на графити върху стени са реализирани на територията му през последните години.

През 2011 г. Фондация за градско изкуство организира първото издание на фестивала за градско изкуство URBAN CREATURES с графити художници в коритото на Перловската река. "Решихме, че това не е ОК за нас, не е достатъчно. Самият квартал и хората имат нужда от нещо повече, от нещо, което да промени средата. И тогава решихме, че ще се опитаме чрез това изкуство да променим средата и да бъдем близко до хората, а те да виждат как то се случва. И започнахме да рисуваме по блокове", разказва Ясен Гешев, председател на организацията.

През 2013 и 2014 Ясен Гешев и компания реализират поредица от стенописи върху панелните блокове в кв. "Хаджи Димитър". Най-емблематичната им творба е Дядо Добри, който става символ на района. Сред последните изрисувани графити на авторите е този на една от стените на пътният възел край гара Подуяне. Явор Гешев не насочва усилията си само към изоставените сгради и мостовете. Той налага културата на графитите и в училищата – като пример за това е 95-то СОУ в София.

През 2014 община Подуяне се договоря с Националната художествена академия да реализират съвместни проекти. Студентите разкрояват подземи, училища и градски пространства, така че да добият друг дух и смисъл. През 2015 групата ПОдЛезно облагородява подземния лабиринт на бул. „Ботевградско шосе“ и ул. „Александър Екзарх“, след като печели в конкурса "Направи си сам - София", организиран от Столичната община и сдружение "Трансформатори", а през 2016 г. създават и Филмовия подлез, на бул. „Цариградско шосе“ и ул. „Екзарх Йосиф“.

С времето район Подуяне се превръща в предпочитано място за артисти от България. Амбицията е от 2017-а година да има един утвърден фестивал за графитно изкуство, с утвърдени пространства, в които да могат да творят автори от целия свят.

Повече информация можете да откриете на адрес:
<http://urbancreatures.bg>
и
<https://web.facebook.com/StreetArtBulgariaPlace>



Автор и редактор: Марина Стефанова

Съставител: Фондация „Каузи“

Автор на проучването: Стоян Михайлов,
Джънкшън България ЕООД

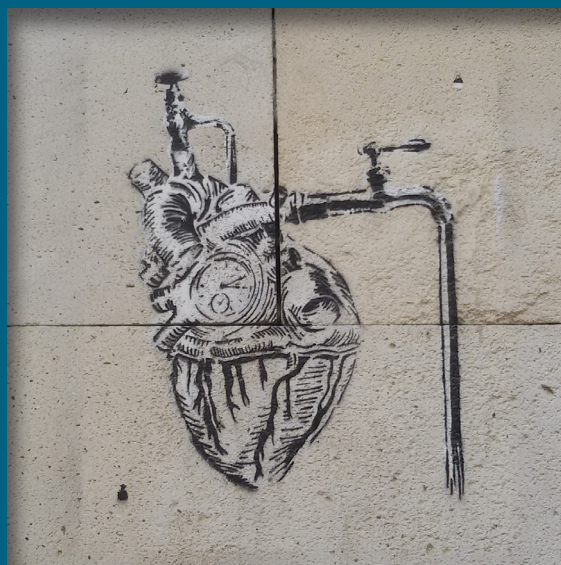
Подбор на добри практики:
Доника Ризова, Евелина Павлова-Благоева,
Жюстин Томс, Ивет Лолова,
Камелия А. Стаңчева, Марчела Борисова,
Моника Вакарелова, Таня Томова,
Ангел Захариев, Илко Вакарелов

Художествено оформление: Камелия А. Стаңчева
Предпечатна подготовка: Кая Продукшънс

В наръчника са използвани снимки от официалните
уебстраници на представените добри практики
и снимки от архива на Кая Продукшънс.

Отпечатан на рециклирани хартия и картон.
Тираж: 200 броя

©2016, Фондация „Каузи“
ISBN 978-954-92792-4-5



Творчеството е основна потребност на човека. То му дава възможност да се изразява, да общува, да съпреживява, да преодолява граници и предразсъдъци, да спасява и вдъхновява. Творческите индустрии са привлекателни, изкушаващи и, често, неразбрани.

Този Наръчник Ви дава възможност да погледнете отвъд тяхното разнообразие, красота и мимолетност. Инвестициите в тях могат да генерират иновации, заетост и по-добро качество на живот. Въздействието им може да бъде измерено, анализирано и подобро. Това означава, че всички решения за инвестиции в творческите индустрии трябва да бъдат обсъждани, да се определят конкретни и търсени резултати, както и ясно да се прецени дали спецификите на местната общност позволяват тяхното постигане.