



София, 2008



Издание на:

Национален фонд „Култура“
Дирекция „Театър, вариететно и цирково изкуство“
Дирекция „Музика и танц“
Дирекция „Опазване на недвижимите паметници на културата“
Дирекция „Музеи, галерии и изобразително изкуство“
Дирекция „Книга и библиотечно дело“
Изпълнителна агенция „Национален филмов център“

Редакционен екип:

Кристин Разсолкова – главен редактор

Редакционен съвет:

Биляна Томова,
Весела Христова-Радоева,
Георги Чолаков,
Игор Чипев,
Пламен Джуров,
Юрий Вълковски
Явор Койнаков

В електронен вид
на страницата
на Национален фонд „Култура“
www.ncf.bg

Съдържание

Уводни думи 3

ТЕМА НА БРОЯ

Икономика на културата, Европа на фокус, Диана Андреева 4

ЗА СТАТИСТИКАТА В КУЛТУРАТА

Националната статистика за културата в България
Таня Александрова,
Юлия Петрова 7

Рамки за организация на статистически данни в културата

Нели Стоева 19

БЪЛГАРСКАТА КУЛТУРА В ЦИФРИ

Само подобряването на пътната мрежа може да отклони средства от паметниците на културата, Явор Койнаков 41

Изследване на нагласите в културния процес – II част 42


Профил на културния мениджър/предприемач в България или изкуството да управляваш, Биляна Томова 58

СЪБИТИЯ ОТ СТРАНАТА

Проправяне на пътеки,
Явор Койнаков 76

Обща политика на региона Смолян - Златоград в областта на културно-историческото наследство за периода 2007-2013 г. 80

Обща политика на региона Монтана - Чипровци в областта на културно-историческото наследство за периода 2007-2013 г. 85



КУЛТУРНОТО НАСЛЕДСТВО - НА ЖИВО И СПОРЕД ЗАКОНА

**Културното наследство на България
в началото на XXI век – основни
проблеми и тенденции**

Тодор Чобанов 92

**Културноисторическото наследство
като стока – на светло и на тъмно,
Пламен Крайски. 105**

**Дебат за закона за
културноисторическото наследство,
21 февруари 2007 година, Диана
Андреева 110**

СЪВРЕМЕННОТО ИЗКУСТВО. ПРОДАВА ЛИ СЕ?

**Художественият пазар – чаровно
предизвикателство, Весела
Христова-Радоева 114**

СОЦИАЛНО ВЪЗДЕЙСТВИЕ НА ИЗКУСТВОТО

***, Юри Вълковски. 119

**Употреба или украса? Социални
ефекти от участието в изкуствата,
Франсоа Матарасо 123**

**Проектът Бела Речка: „Общуване,
общуване, общуване...общуване!“,
Юри Вълковски. 133**

ТЕМА ВЪВ ФОКУС

***, Биляна Томова 141

**Финансиране на културата в
контекста на провежданата
фискална политика, Диана
Андреева 142**

За авторите 151

Скъпи читатели,

На страниците на този брой на
бюлетин „Култура“ ще намерите раз-
нообразни по тема и начин на под-
насяне материали.

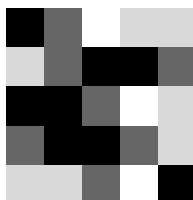
*Има ли културата принос за
икономиката? Трябва ли да поддър-
жаме статистика за култура и как
да я използваме? Осезаемо и измери-
мо ли е социалното въздействие на
изкуството? Какъв е художествения
пазар у нас? Можем ли да имаме по-
добро финансиране на българската
култура чрез реструктуриране на
консолидирания държавен бюджет?
Какво правим и какво не правим за
културното си наследство?*

Надяваме се с тези и други
интересни теми да привлечем внима-
нието ви, да ви поканим за разговор,
да дадем интересна информация и
да ви предизвикаме с нови гледни
точки.

Нашите автори са знаещи и
мислещи хора, за които културата и
изкуството са не само професионал-
но занимание, но и духовна нужда.

Приятно четене!

Кристин Разсолкова
Главен редактор



Икономика на културата – Европа на фокус

ДИАНА АНДРЕЕВА

Изследването «Икономика на културата на Европа» е изработено от KEA European Affairs, съвместно с Media Group (Turku School of Economics) и MKW Wirtschaftsforschung GmbH по поръчка на Европейската Комисия. Обхватът на данните, които са изключително интересни и богати, покрива периода 1999-2003 г.

Проучването е първи цялостен опит да се обхванат директното и индиректното социално-икономическо въздействие на културния и креативен/творчески/ сектор в Европа. То оценява приносът на тези сектори към Лисабонската стратегия, и в частност реализирането на растеж, конкурентоспособност, повече и по-добри работни места, устойчиво развитие и иновации. «Икономиката на културата» показва, че културата обуславя икономическото и социално развитие на континента, в т.ч. кохезия и иновации. Тук намираме и доказателства, че в културния и креативен сектор се наблюдава развитие и растеж с по-бързи темпове, отколкото в останалата част на икономиката, като същата тенденция [същият тренд] се забелязва и при заетостта – факти и цифри, от които изследователите в областта на културата се нуждаят.

Първата стъпка в оценяването на икономиката на културата в Европа е нуждата да бъдат определени секторите кореспондиращи с културния сектор. Очертавайки предмета на проучването - «Икономиката на културата», изследователският обсег излиза отвъд традиционните културни индустрии като кино, музика и книгоиздаване. Той също така включва медии (преса, радио и телевизия), креативен сектор (мода, интериор и продуктово дизайн), културен туризъм, както и традиционните изкуства (сценични изкуства, визуални изкуства и културно наследство). Изследователска новост е поставянето на културното наследство в контекста на традиционните елитарни изкуства. Изследването оценява въздействието на културния сектор за развитието на свързаните с него индустрии като туризъм и информационни и компютърни технологии (ИКТ), както и връзките между култура, креативност и иновации в това отношение.

Ето защо, сред най-важните задачи, които си поставя изследването са:

1. Изясняване на дефиницията „културен сектор“.
2. Аналитичен преглед на този сектор в Европа, като изследователския интерес е акцентиран върху неговите социално-икономически аспекти.
3. Разглеждане на културния сектор като особено важен за потенциала на обединена Европа - подчертава се неговата роля за изпълнение на целите на Лисабонската стратегия.

Всичките тези задачи, изследването постига като предоставя изключително богатство от статистически данни.

Какво съдържа европейският културен сектор?

КУЛТУРЕН СЕКТОР

Неиндустриални сектори, създаващи стоки и услуги, които не са част

от масов възпроизводствен процес, а имат за цел консумиране на място, в момента (концерт, изложба, панаир, изложение и др.). Това са визуалните изкуства, в т.ч. картини, скулптура, занаяти, фотография; изкуствата и пазарите на антики; сценични изкуства - опера, театър, танц, оркестрови изпълнения, цирк; и културно наследство, което включва музеи, недвижимо културно наследство, археологически обекти, библиотеки и архиви.

Индустриални сектори - масово производство и потребление на културни стоки и услуги – тук са филмовата индустрия, книгоиздаването, звукозаписната индустрия, видео игрите и др.

КРЕАТИВЕН СЕКТОР

В креативния сектор, културата се превръща в творчески стимул за производството на културни блага извън обичайните граници на културния сектор. Креативният сектор включва дейности като дизайн (моден, интериорен и продуктов), архитектура и реклама. В изследването авторите разглеждат творчеството като източник на иновации. При този производствен процес, културния продукт е базисен ресурс - основа за създаване на стоки и услуги, надхвърлящи типичната представа за културни блага.

Един от важните акценти на изследването е поставен върху многобройните доказателства, че приносът на културния и креативен сектор в Европейската икономика не е ограничен само до неговото директно измеримо въздействие. Секторът също така има значителен принос към другите стопански сектори, като по този начин допринася индиректно за икономическото развитие. Добър пример в това отношение е ИКТ сектора, който осигурява около 25% от ръста в икономиката на Европейския съюз.

Друг важен поглед е делът на културния и креативния сектор в брутния вътрешен продукт (БВП) в сравнение с приноса на другите стопански сектори и услуги. От представените данни ясно личи, че много малко са индустриалните сектори, които имат по-голям или равен принос към БВП, в сравнение с културния и креативен сектор (2,6%). В някои държави това е производството на храни и напитки, химическата промишленост, производството на оптично и електрическо оборудване. Изследването потвърждава една очевидна несправедливост валидна за почти всички държави, а именно, културния и креативен сектор имат по-голям принос в БВП, в съотношение на направените разходи от бюджета като процент от БВП. В повечето европейски държави културния и креативния сектор е водещ по принос за ръста на национално богатство. Така например, във Франция, Великобритания, Норвегия и Холандия, културният и креативен сектор има най-висок дял между всички отчетени сектори.

По отношение на икономическия растеж културният и креативен сектор показва впечатляващо представяне през обхванатия период – (1999-2003 г.). Докато номиналният ръст на Европейската икономика през този период е 17,5%, ръстът на културния и креативен сектор е с 2,2% по-висок, или 19,7%, т.е. културният и креативен сектор отчита по-висок ръст, отколкото средния ръст на икономиката. Освен това, отчетеният динамичен икономически принос на сектора към БВП показва дългогодишен положителна тенденция на нарастване, което означава, че икономическата значимост на сектора и приноса към общото благоденствие на Европа става все по-значимо.

Определяне на количественото социално-икономическо въздействие на културния и креативен сектор (ЕС 30)

<p>Оборот</p> <p>та</p>	<p>Културният и креативния сектор генерират оборот от над 654 млрд. евро през 2003 г. За сравнение, оборота на автомобилната индустрия за 2001 г. е 271 млрд. евро, а на ИКТ сектора 541 млрд. през 2003 г.</p>
<p>Процент от Европейския БВП</p> <p>та</p>	<p>Културният и креативния сектор допринасят с около 2,6 % към БВП на Европейския съюз през 2003 г. През същата година, например: Приносът на търговията с недвижими имоти е 2,1%, на производството на храни напитки и тютюн -1,9%, а текстилната индустрия допринася с 0,5%</p>
<p>Икономически растеж</p>	<p>Икономическият растеж на културния и креативния сектор в Европа от 1999 г. до 2003 г. е 19,7% или с 2,2% по-висок, отколкото ръста на икономиката като цяло.</p>

Важен акцент в изследването е и заетостта в културния и креативен сектор. През 2004 г. 5,8 млн. са били заети в сектора, което е 3,1% от всички заети в ЕС. Интересен е фактът, че статистиката на европейско ниво отчита заетите в културния туризъм като 0,6% от всички заети в културния сектор - поредно доказателство за икономическата значимост на този подсектор. Докато заетостта като цяло в Европейския съюз намалява през 2002-2004 г., то в разглеждания сектор нараства с устойчиви темпове (+1,85%). При това, нивото на квалификация в областта на културата е по-високо, отколкото в други сектори (46,8% от заетите са с висше образование, спрямо 25,7% средно за останалите сектори на икономиката). Тук са нужни не само артистични, но също така управленски и технически умения.

Налагащият се извод от изследването е, че изграждането на Европа, като творчески център е неделима част от Европейската конкурентоспособност в контекста на Лисабонската стратегия.

Значимостта на изследването идва от факта, че то е първа цялостна оценка на социално-икономическото въздействие на културния и креативен сектор в Европа, и една от неговите цели е да помогне на Европейските икономисти да използват пълноценно нарастващите възможности на този сектор.

Интернет страницата, на която може да бъде намерено изследването е: http://ec.europa.eu/culture/eac/sources_info/studies/economy_en.html

Националната статистика за културата в България

ТАНЯ АЛЕКСАНДРОВА, ЮЛИЯ ПЕТРОВА

I. Исторически преглед

Българската държавна статистика като институция е създадена с Указ 712 на Народното събрание на 19.08.1881 г. „със задачата да събира, обработва и обнародва всяка година статистически данни по всички клонове на управлението и всички явления, отнасящи се до физическото, икономическото, интелектуалното и моралното състояние на държавата“.

Статистика на културата първоначално се води от „сервиза“ (отдела) по просветата и културата на Главна дирекция по статистика. От 1959 г. наблюденията и обработката на данните в областта на културата се извършват от Централното статистическо управление- сега Национален статистически институт.

II. Цели за поддържане на статистика за култура и ползи от това

Основната цел на статистиката на културата е да се изучат основните промени и тенденции във всички области на културата с оглед формиране и провеждане на културната политика на държавата.

Освен за целите на културната политика статистиката на културата се използва:

- за научни и изследователски цели от изследователите в областта на културата, изследователите в областта на икономиката на социално-културните дейности и др.

- от отделните частни или обществени (национални или международни) културни организации, професионални сдружения и съюзи за осъществяване на тяхната икономическа, обществена и друг вид дейности в областта на културата.

Навременната, точна и пълна статистическата информация е необходима за измерване на състоянието, динамиката и обема на културните дейности и процеси и вземането на навременни, адекватни и информирани решения. С развитието на новите технологии и на информационното общество като цяло културният сектор има все по-голяма роля като източник на работни места и икономически растеж. Следователно статистическите данни за културата допринасят за по-доброто разбиране на механизмите и връзките между културата и социално-икономическото развитие на национално и европейско ниво.

III. Как се поддържа статистика за културата?

Статистиката за културата се поддържа чрез събирането с определена периодичност и по определена методология на статистически данни за характеристиките и дейността на културните организации и потреблението на културни продукти.

НСИ събира статистическата информация за културата чрез провеждането на статистически изследвания. Темите и периодичността на статистиче-

ските изследвания, включително и в областта на културата, се определят ежегодно в Националната програма за статистически изследвания (НПСИ), която се приема от Министерския съвет и се обнародва в „Държавен вестник“. При изготвянето на НПСИ предложения за изследвания дават освен органите на статистиката¹ и други заинтересувани институции, които имат потребност от конкретен вид статистика. Периодичността на изследванията се определя в зависимост от значимостта на произвежданата статистическа информация и годишния бюджет на НСИ.

IV. Методи на събиране на статистическа информация за културата

В зависимост от предмета и целта могат условно да се разграничат два основни вида изследвания, чрез които НСИ събира и поддържа статистика за културата:

- изследвания специално насочени към отделните културните дейности. В НСИ тези изследвания се провеждат от отдел „Статистика на социалните дейности“;

- изследвания от различни области на статистиката (демографска, макроикономическа, социална, бизнес статистика), от които чрез използваните статистически номенклатури и класификации се получават данни за културата по една или комбинация от няколко характеристики: вид икономическа дейност, видове професии, видове стоки и услуги, видове разходи и др.

НСИ събира данните, необходими за статистическите изследвания на културата чрез два основни метода:

чрез статистически наблюдения.

Статистическите наблюдения според обхвата на изучаваната съвкупност от единици са два вида: извадкови и изчерпателни. Изчерпателното статистическо наблюдение обхваща всички единици от наблюдаваната съвкупност. При извадковите статистически наблюдения чрез прилагането на подходяща извадкова техника се избират и наблюдават определен брой единици въз основа, на чиито характеристики се правят достатъчно надеждни оценки за параметрите на цялата изследвана съвкупност.

от административни източници.

Административните източници са бази данни (регистри или друг вид), създавани и поддържани за административни цели по силата на закон или друг нормативен акт, информацията от които може да се използва за статистически цели.

V. Статистически изследвания, източници на статистика за културата

1. Организация и етапи на провеждане на статистическите изследвания

Изследванията в областта на културата преминават през следните основни етапи и дейности:

Подготовка на изследването.

1. Проучване на наличната специализирана документация – закони, постановления и наредби.

2. Изготвяне на вариант на статистическия инструментариум -статистически формуляр и указания за попълването му.

3. Обсъждане на инструментариума със заинтересованите управления на Министерството на културата.

4. Подготовка на статистическия инструментариум за печат, отпечатване и разпространение в Териториалните статистически бюра (ТСБ) - подразделения на Националния статистически институт в 28-те области на страната. Провеждане на семинари или инструктивно съвещание със специалисти от ТСБ при съществени промени в методиката на съответното изследване.

5. Разработване на допълнение към техническото задание за обработка на данните от изследването при необходимост.

Провеждане на изследването.

1. Организиране и провеждане на изследването от ТСБ. Препоръчва се предварително уточняване на единиците за по-пълен обхват на наблюдението.

2. Приемане, статистически оглед на попълнените статистически формуляри и сравнение с данните от предходната година в ТСБ.

Обработка на данните от изследването.

1. Въвеждане на данните децентрализирано в ТСБ, и централизирано в НСИ. Справки на екран и отстраняване на пропуски и грешки.

2. Подготовка на изходни таблици с помощта на приложно програмно осигуряване. Логически оглед на изходните таблици.

2. Статистически изследвания на културните дейности

Статистическото изучаване в областта на културата обхваща дейността на културните институции (библиотеки, читалища, музеи, кина, театри, радио, телевизия), производството на филми и издаването на периодични и непериодични издания.

Изследване на дейността на библиотеките

Предмет и обект на наблюдение: библиотечен фонд (налични, набавени и отчислени книги, периодични издания и други библиотечни материали (1.01. - 31.12.), брой читатели, зает библиотечен фонд, брой библиотекари; приходи и разходи на библиотеките.

Единица на наблюдението: отделната библиотека

Периодичност и начин на провеждане:

- библиотеки с библиотечен фонд над 200 хил. броя – наблюдават се извадково, през 2 години, чрез попълване на статистически формуляр;

- библиотеки с библиотечен фонд над 2000 броя - наблюдават се изчерпателно, на 3 години, чрез попълване на статистически формуляр.

Изследване на дейността на читалищата:

Предмет и обект на наблюдение: дейност на читалищата, езикови, музикални, балетни и други школи; членове и ръководни органи; персонал; приходи и разходи.

Единица на наблюдение: отделното читалище

Периодичност и начин на провеждане: през три години чрез попълване на статистически формуляр.

Изследване на дейността на музеите:

Предмет и обект на наблюдение: дейност на музеите, музейни материали (основен фонд, фонд за научно - спомагателна дейност и обменен фонд), персонал, приходи и разходи, материално-техническа база, образователни програми и публикации.

Единица на наблюдение: всички открити за посещение музеи.

Периодичност и начин на провеждане: през три години чрез попълване на статистически формуляр.

Изследване на дейността на театрите:

Предмет и обект на наблюдение: дейност на театрите и други институции на културата. Брой сцени, места за представления, посетители, постановки по националност на автора. Приходи и разходи. Брой рецитали, концерти .

Единица на наблюдение: театрите, оперите, оперетите, цирковете, музикалните колективи.

Периодичност и начин на провеждане: през три години чрез попълване на статистически формуляр.

Изследване на дейността на кината:

Предмет и обект на наблюдение: вид на киното - места, екрани, филми по националност, брой филми, прожекции, екранодни, зрители, приходи от билети.

Единица на наблюдение: всички кина.

Периодичност и начин на провеждане: през три години чрез попълване на статистически формуляр.

Филмово производство:

Предмет и обект на наблюдение: вид на произведените филми (пълнометражни, късометражни и среднометражни), филми за кинорежата, телевизионни и видео филми.

Единица на наблюдение: Националния филмов център и всички частни продуценти.

Периодичност и начин на провеждане: през три години чрез попълване на статистически формуляр.

Радиопрограмна дейност:

Предмет и обект на наблюдение: радиопредавания - по произход и функция, обща продължителност, приходи и разходи.

Единица на наблюдение: Българското национално радио и лицензираните частни радиостанции.

Периодичност и начин на провеждане: през три години чрез попълване на статистически формуляр.

Телевизионна програмна дейност:

Предмет и обект на наблюдение: телевизионни предавания - по произход и функция, приходи и разходи

Единица на наблюдението: Българската национална телевизия, и лицензираните частни телевизионни станции.

Периодичност и начин на провеждането: през три години чрез попълване на статистически формуляр.

Издателска дейност:

Книги

Предмет и обект на наблюдение: издадени книги и брошури, годишен и еднократен тираж, издателства

Вестници

Предмет и обект на наблюдение: издадени вестници, списания, бюлетини и периодични сборници, годишен и еднократен тираж

Източници и форма на събиране и периодичност: получава се ежегодно от Народната библиотека „Св. св. Кирил и Методий“ на технически носител.

През 2007 г. НСИ публикува данни за 2006 година за дейността на кината, филмовото производство, радио и телевизионната програмна дейност, библиотеки с библиотечен фонд над 200 хил. броя и издателската дейност: <http://www.nsi.bg/SocialActivities/Culture.htm>

Ниво на хармонизация на статистическите индикатори за културата

Статистическите изследвания в областта на културата се провеждат съгласно препоръките на международните организации. По отношение на методологията НСИ прилага международните дефиниции и класификации на Евростат, ЮНЕСКО и жанровото разпределение на радио- и телевизионните програми на Европейския съюз за радио и телевизия. За периодичните и непериодичните издания са използвани „Универсалната десетична класификация“ и класификациите „Предназначение“ и „Литературни групи“.

3. Други статистически изследвания, източници на статистика за културата

3.1 Изследвания на домакинствата

Преброяване на населението

Последното преброяване на населението в България се проведе през 2001 г. Отчетен период е последната седмица на март 2001 г.

Осигурява най-изчерпателна информация за обема на заетостта в културата. Може да се получи детайлна информация за броя на заетите лица по: икономически дейности, професии, възраст, пол, образование, статус в заетостта, икономическа активност.

Изследване „Бюджет на времето на населението“ (Time Use Survey)

В периода 15 октомври 2001 – 15 октомври 2002 г. Националният статистически институт проведе изследването „Бюджет на времето на населението“, което е част от програмата за „Преброяване на населението и жилищния фонд в страната“ и е включено в „Единната програма за изследвания на бюджета на времето“ в Европа.

Обект на изследването са лицата над 7 години. В извадката са включени 3132 домакинства. Извадката позволява получаването на представителни

резултати общо за страната, в градовете, селата, по възраст и пол, и други демографски характеристики на изследваните лица, а така също и за дните от годината.

Изследването осигурява информация за времето, което хората в България отделят на ден за различни видове дейности, в това число на времето изразходвано за посещения на кино, театър, концерт, изложба, различни видове игри, визуални, художествени, изобразителни изкуства и др.

За осигуряване на сравнимост на данните е използвана единна класификация на дейностите. Тя включва над 150 дейности, разделени в 12 групи, като всяка дейност обхваща отделни сфери от човешкия живот.

Изследване на домакинските бюджети (Household Budget Survey)

Предмет и обект на наблюдение: парични доходи и парични разходи, общи доходи и общи разходи на домакинствата.

Единица на наблюдението е всяко случайно избрано обикновено домакинство независимо от броя на лицата и тяхното имуществено и лично положение.

Изследването е извадково се провежда месечно чрез попълване на дневници от домакинствата и провеждане на интервю.

Осигурява месечна и годишна информация за паричния разход на домакинствата по групи разходи, в това число за разходите свободно време и културен отдих.

Изследване на работната сила (Labour Force Survey)

Основната цел на изследването на работната сила е да се осигури информация за най-важните характеристики на заетостта и безработицата в България.

Обект на наблюдение: населението на 15 и повече години.

Наблюдението е репрезентативно - провежда се върху извадка от обикновените домакинства в страната чрез попълване на анкетна карта за наблюдение на работната сила - карта за домакинствата и карта за лицата. Анкетират се всички лица, обект на наблюдението, от домакинствата, попаднали в извадката.

Изследването е текущо (непрекъснато) с тримесечни и годишни резултати.

То осигурява информация за:

- заетостта: коефициент на заетост, брой заети лица по местоживеене, статус в заетостта, икономическа дейност и размер на предприятието, възраст, пол, професия, образование, вид на договора за наемане, наличието на повече от една работа режим на работното време- пълно или непълно ;
- безработицата: коефициент на безработица, брой безработни лица по местоживеене, възраст, пол, образование, продължителност на безработицата, начин на търсене на работа и др.

Информацията, засягаща културата може да се идентифицира чрез прилаганите класификации на икономическите дейности и професиите.

Изследването е хармонизирано с международните изисквания и е унифициран източник на данни за пазара на труда в Европейския съюз.

3.2 Макроикономически изследвания

Национални сметки (National Accounts)

Чрез годишни разработки на брутния вътрешен продукт (БВП) по производствен метод, метод на доходите и метод на крайното използване, се изчисляват: БВП в текущ и съпоставим стойностен обем, БВП на човек от населението, брутна добавена стойност, брутна продукция, междинно потребление, дефлатори на междинното потребление, компоненти на крайно използвания БВП; компенсация на наетите и др. - общо и по икономически дейности.

Изчисленията съответстват на изискванията на Европейската система за национални сметки ESA'95.

3.3 Изследвания на предприятията

Статистическа единица на наблюдение на изследванията на предприятията (т. нар. бизнес изследвания) са предприятията и организациите от отделните институционални сектори.

Изследване на наетите лица средствата за заплати и други разходи за труд

Предмет и обект на изследване: заетостта, отработеното и неотработеното време, възнагражденията за труд на наетите лица и разходите за труд на работодателите.

Провежда се тримесечно и годишно чрез попълване на статистически формуляр. Годишното наблюдение е изчерпателно за всички активни единици от всички икономически дейности. Тримесечното наблюдение е изчерпателно за обществения сектор и извадково за частния сектор.

Осигурява данни за броя на наетите и заетите лица, средната работна заплата и разходите за труд по икономически дейности, размер на предприятието и територия.

Наблюдение на разходите за труд (Labour Cost Survey)

Хармонизирано статистическо изследване провеждано съгласно разпоредбите на Регламент 530/1999 на Европейския съюз.

Предмет на изследване: елементите на разходите на работодателите за труд.

Наблюдението е извадково. Обхваща предприятията от всички икономически дейности, без аграрния сектор, с едно и повече наети лица по трудово или служебно правоотношение. Провежда се през четири години чрез попълването на статистически формуляр.

Осигурява данни за часовия, месечния и годишния разход за труд и структурата на годишните разходи за труд.

Налични са данни за 2000 и 2004 година.

Наблюдение на структурата на заплатите (Structure of Earnings Survey)

Хармонизирано статистическо изследване провеждано съгласно разпоредбите на Регламент 530/1999 на Европейския съюз.

Предмет на изследване: структура на заплатата на наетите лица по трудово или служебно правоотношение в зависимост от характеристиките на работодателя и наетото лице.

Наблюдението е извадково. Обхваща предприятията от всички икономически дейности без аграрния сектор с десет и повече наети лица по трудово или служебно правоотношение. Провежда се през четири години чрез попълването на статистическа карта.

Периоди на наблюдение са месец октомври и съответната отчетна календарна година.

Осигурява данни за часовата, месечната и годишната заплата по икономически дейности, размер на предприятието, пол, възраст образование, професия, трудов стаж, продължителност на работното време, вид на договора за наемане.

Налични са данни за 2002 година.

Структурна бизнес статистика (Structural Business Statistics)

Събира се годишно чрез годишния счетоводен отчет. Осигурява информация за разходите и приходите от дейността на предприятията по икономически дейности.

3.4 Други

Статистика на инвестициите - Статистическото изследване за разходите за придобиване на дълготрайни материални активи:

Наблюдението осигурява статистическа информация за извършените разходи за придобиване, придобитите дълготрайни материални активи по видове и насоченост на инвестициите по икономически дейности, и данни за разходите за придобиване на ДМА (незавършено строителство) в началото и в края на отчетната година по видове.

Статистика на външната търговия – Статистическо отчитанена външната търговия със стоки: осигурява информация за вноса и износа на стоки в и от България.

Статистика на образованието

Осигурява годишна информация за:

- Брой учебни институции по вид, в това число училища по изкуствата;
- Брой учащи и брой завършили по области на образованието, в това число изкуство.

Стандартните статистически показатели, за които НСИ произвежда информация се публикуват всяка година заедно с Националната програма за статистическите изследвания: <http://www.nsi.bg/AboutNSI/StdInd2007.xls>

VI. Публичност и прозрачност

Данните от статистическите изследвания се публикуват на страницата на НСИ по предварително обявен Календар на статистическите изследвания², съдържащ темата на изследването, основните показатели, начините на разпространение и точната дата на обявяване.

Публикации на НСИ

Данните за културата се публикуват в общите издания на НСИ: „Статистически годишник“ - книжно тяло и на CD носител, „Статистически справочник“, „Статистически известия“, „Социално-икономическо развитие“.

Специализирани издания³: Книгоиздаване и печат, на CD носител.
Публикуваните данни се съпровождат от методологични бележки за предмета, целите и единиците на наблюдение, използваните дефиниции, класификации и номенклатури.

Подробни данни за културата могат да се получат чрез заявка до отдел „Статистически и информационни услуги“ (Info@nsi.bg), за необходимите показатели, разбивки и времеви период. Правилникът за разпространение на статистически информационни продукти и услуги е публикуван на страницата на НСИ: <http://www.nsi.bg/LegalBasis/RulesNSI.htm> .

НСИ предоставя данни за културата на:

- Министерство на културата;
- културни институции, университети, неправителствени организации;
- частни лица и организации
- международни институции и организации: при поискване се попълват въпросници на Евростат (до 2004 г. – въпросник за аудио-визуалната статистика; еднократно попълване на въпросник за заетостта в културата) и на ЮНЕСКО (въпросници за: телевизия и радио; книгоиздаване и печат).

VII. Анализ на статистическите данни за културата

От гледна точка на статистическата теория най-широко прилаганият анализ на статистическите данни за културата е т. нар. диагностичен анализ⁴, чрез който се разкрива статуса, състоянието на явленията в даден момент или период, неговата структура, връзки и взаимодействия. Анализът се извършва в три основни направления:

(а) характеризират разпределението на единиците на наблюдаваните съвкупности по значенията на интересуващите ни признаци чрез обобщени числови характеристики – например, брой на библиотеките по вид и по територия, брой на телевизионните програми по вид, брой на заетите лица в културата по образователни степени и т.н.;

(б) характеризират динамиката на явленията – измерва се скоростта на развитието във времето, основните тенденции, цикличност и сезонност и др. Например: абсолютно и относително изменение на броя на издадените книги между два отчетни периода;

(в) характеризират връзките и зависимостите между явленията – дава количествен израз на взаимната обусловеност между явленията, на промяната на дадено явление под влиянието на определени фактори.

При анализа на различните аспекти на културата се използват статистически показатели под формата на абсолютни числа (брой, левове, минути, часове и др.), относителни числа (относителни дялове, коефициенти и т.н.), средни (среден брой представления на един театър, среден брой посещения на една прожекция, средна работна заплата и т.н.) или други величини.

Основна стъпка за анализ на наличните статистически данни за културата е нейното дефиниране и отграничаване, в зависимост от целите на проучването, чрез прилаганите статистически класификации и номенклатури. Това не е лесна задача, тъй като културата е относително малък и много разнороден сектор, който се разпростира в различни икономически дейности и не се разграничава добре от статистическите системи.

Основните хармонизирани европейски класификации, които могат да

бъдат използвани за идентифициране на културния сектор са:

- Европейската класификация на икономическите дейности – NACE, Rev. 1, и
- Международната стандартна класификация на професиите - ISCO'88 COM.

Културата е фрагментирана и в двете класификации, което прави невъзможно тя да се представи като обединена група чрез последователни агрегации. Поради това тези класификации трябва да се използват на тяхното най-детайлно ниво (четиризначен код). Дори и на това ниво, класовете икономически дейности и професии са твърде обобщени, за да може да се идентифицират чисто културните елементи. Един клас може да съдържа няколко културни елементи, които е необходимо да се разглеждат отделно или пък културни и други елементи са групирани заедно.

България прилага Националната класификация на икономическите дейности - версия 2003 („НКИД - 2003“), чрез която се осигурява прякото приложение на Статистическата класификация на икономическите дейности в Европейската общност (NACE Rev. 1.1) като национална.

От 2008 г. (за отчетната 2007 г.) Евростат и съответно националните статистически институти на страните членки на ЕС ще започнат да прилагат актуализирана версия на класификацията - NACE Rev.2. Новата класификация позволява по-точно разграничаване на отделните културни дейности.

Използваната национална класификация на професиите също е хармонизирана и е възможен директен преход към класификацията ISCO'88 COM. От 2006 г. е в сила актуализиран вариант класификацията от 1996 г. (НКП) – Национална класификация професиите и длъжностите (НКПД 2005), в която най-ниското ниво на кодиране (8-значен код) позволява идентифицирането на конкретни професии и длъжности, включително и културни професии. Например: актьор; актьор, стажант; главен режисьор; главен художествен ръководител; директор продукция (кино); директор на продукция (театър).

Други хармонизирани класификации, които могат да се използват са:

- Класификация на индивидуалното потребление по цели (КОИКОП), която е пряко приложение на международната класификация COICOP и служи за определяне на видовете разходи на домакинствата;
- Националната класификация на продуктите по икономически дейности - версия 2003, за краткост наречана „НКПИД - 2003“, а за международно използване - „CPA.BG - 2003“, чрез която се осигурява прякото приложение на Статистическата класификация на продуктите по дейности в Европейската икономическа общност (CPA 2002) като национална.

Произвежданите от НСИ статистическите данни за културата позволяват да се анализират:

- Стойността, реалният принос на културния сектор в икономиката като цяло: основни са индикаторите относителен дял на брутна добавена стойност в БВП, и относителен дял на заетостта в общите показатели за страната и съпоставени по значение с други дейности в икономиката.
- Наличните ресурси и инфраструктура: разглеждат се броя и изменението на културните организации и техния капацитет по отношение на брой места, наличен библиотечен фонд, експонати, брой заети лица;

финансирането на културните организации по източници; разходи на държавния бюджет за култура.

- Пазарът на културни продукти. Търсенето и потреблението на културни продукти се анализират чрез отделено време и разходи за потребление на културни продукти на домакинствата; брой посещения, брой читатели, зает библиотечен фонд, брой закупени билети. Индикатори за предлагането и производителността на културните организации са абсолютния брой представления, концерти, издадени книги, произведени филми, както съответни и средни стойности (на едно представление, на един театър, на едно лице от домакинството и т.н.).
- Пазарът на труда в културния сектор

Два различни (но еднакво важни) подхода могат да се използват при разглеждане същността на пазара на труда в културата:

а) анализ по икономическа дейност на единиците произвеждащи културни стоки и услуги, т.е. на предприятията упражняващи културни дейности и

б) анализ по културни професии.

Анализът по културни дейности изисква изследване на работните места съществуващи в икономическите единици (фирмите, организациите, структурите, самонаетите лица и пр.), чиято дейност е част от културната сфера (музеи, театри, библиотеки, самонаети художници). Във всяка област от културния сектор, единиците се обособяват съобразно следните функции: създаване, производство, разпространение, съхранение, маркетинг и обучение. Предимството на този подход е, че той дава възможност да се направят сравнения с другите сектори или групи от предприятия, по отношение заетостта и други икономически показатели.

Изследването на заетостта в културните професии е въпрос на събиране на информация за броя и характеристиките на лицата упражняващи културни професии (или работни места, на които се упражняват културни професии), дори ако тези лица са наети от предприятия принадлежащи към други сектори на икономиката. Този подход е по-добър за анализ както на предлагането така и на търсенето на пазарите на труда в културата, за изследване на заетостта, безработицата, нивото на образование, заплащането и други сравнения.

VIII. Заключение – насоки за подобрене

Наличните статистически данни за културата са напълно или до голяма степен хармонизирани с международните изискванията по отношение на прилаганите дефиниции и класификации. Съществуващите празноти и недостатъци в информацията за културата са проблем на общоевропейско ниво. За преодоляване на съществуващия недостиг от информация и задоволяване потребностите на потребителите е необходимо да предприемат стъпки в няколко посоки:

- актуализиране на използваните дефиниции, номенклатури и класификации в съответствие с променящите се реалности в културния, икономическия и социалния живот;
- анализиране на потребностите от информация като се има предвид

натовареността на респондентите (изследваните единици) и ефективността (разходи - ползи) от създаване на конкретния вид статистика;

- създаване на европейски регламент за периодичността на събиране на информация, вида на наблюдаваните дейности и променливи в областта на културата, с което ще се осигури регулярен поток от хармонизирана информация на европейско ниво.

¹ <http://www.nsi.bg/AboutNSI/AboutNSI-Statorg.htm>

² <http://www.nsi.bg/Calendar/Calendar.htm>

³ До 2000 г. ежегодно се издава статистически справочник „Култура“, съдържащ информация за всички културни дейности.

⁴ Гатев, К. , Въведение в общата теория на статистиката, с. 79, 1980 г.

Рамки за организация на статистически данни в културата

НЕЛИ СТОЕВА

Рамките за организация на статистически данни дават *визия* за това какво представлява културата от политическа, икономическа и отчасти социална гледна точка. Те отразяват отношение към този сектор от страна на управлението, помагат за планирането и вземането на адекватни решения в тази сфера; осигуряват прозрачност и отчетност при осъществяването на политиките и програмите в сектора. Създават гаранция, че политиката, която се води е открита, осигуряваща достъп до информация и заслужаваща доверие.

Целта на културно-статистическата рамка е да осигури *дефиниции и концепции*, които да направляват набирането на съпоставими статистически данни, както и разработването на индикатори и изготвянето на аналитични изследвания. Това подпомага процеса на подготовка на унифицирани данни за културния сектор. Официалната статистическа концепция за културата е необходима, за да може да се диференцира тя от другите концепции за културата, някои от които са твърде широки.

Съществуващите статистически рамки неминуемо включват *определение за култура*, необходимо за очертаването на полето и разграничаването му от други области на обществения живот. Така трудното за дефиниране в областта на хуманитарните науки понятие добива конкретен смисъл в областта на политиката, управлението и икономиката.

Статистическата рамка е принцип на организация на данни така, че те да могат да бъдат сравнявани и анализирани за нуждите на културно-политическото управление и планиране. Рамката е и основа за изготвяне на индикатори за мониторинг и оценка на реализацията на програми и политики в културната сфера. Всички съществуващи рамки включват две измерения: от една страна културните сфери/домейни/сектори, от друга страна функциите по осъществяването на културни дейности. Тук те ще бъдат представени по хронологическия ред на възникването им.

ЮНЕСКО

През 1972 Организацията на обединените нации за образование, наука и култура (ЮНЕСКО) прави препоръка за създаване на по-добра и по-изчерпателна статистика в областта на културата. Концепцията за кохерентна рамка на културната статистика произтича от тази препоръка.

При съставянето на рамката са идентифицирани три основни фактора:

- тя трябва да представлява интегрирано цяло, включващо както социалните, така и икономическите аспекти на културата като продукция, разпространение, потребление и търсене на културни блага и услуги;
- тя трябва да бъде логична и да се базира на такива принципи, които да правят възможна връзката ѝ със съществуващите статистически системи (системите на социална и демографска статистика, системата на националните отчети и баланси, както и евентуално системата на статистиката за

околната среда), и

- тя следва да спомога за планирането, контрола и изучаването на проблемите, свързани с културните политики и по тази причина трябва да включва всички значими феномени от това поле.

Още от самото начало ЮНЕСКО има желание да избегне капана на необходимостта от дефиниция за културата, поради многообразието от определения, които вече съществуват. Вместо това е възприет прагматичен подход за подбор на културни категории и под категории и ЮНЕСКО признава, че в този процес присъства известна произволност. Категориите целят да опишат културния пейзаж на една страна, вземайки предвид областите от културата, които традиционно са обект на културните политики в голям брой страни. Стремешът е да се избегне ограничаването на концепцията за култура до нейната „елитистка“ дефиниция, включваща изящните изкуства и литературата, но също така да се избегне и разширяването ѝ до най-мощен антропологически контекст. ЮНЕСКО счита, че този подбор на категории потвърждава валидността на двата типа концепции, като отдава необходимото място и на медиите, които са проникнали дълбоко в социокултурния живот на съвременните общества.

В работата по създаване на рамката са включени специалисти от различни сфери – статистици, културолози, професионалисти от сферата на културата, за да се постигне баланс между желанието обхват от данни за културата и обхвата данни, които могат да бъдат събирани със задоволителна степен на надеждност.

След няколко години работа ЮНЕСКО завършва своята рамка за културна статистика през 1986 г. Рамката използва методология при която се разглежда събирането на данни в избрани полета (културни „*категории*“) съгласно разбивка по „*функции*“. Културните полета са разделени в 10 категории, изброени в таблицата по-долу. Културните категории и под категории съставят вертикалата на таблицата, а хоризонталата е съставена от 5 колони, определящи функциите – **производство, разпространение, потребление, опазване и участие**. Необходимите единици данни се изброяват във всяка образуванa „клетка в таблицата“ (вж. таблица 1). Резултатът е широка рамка в която може да бъде включена и описана всякакъв вид информация.

ЮНЕСКО гледа на Рамката за културна статистика като на конституиращо ръководство за презентация на културна статистика от всякакъв вид, и я утвърждава като инструмент, който отделните страни да използват при съставянето и организирането на своята културна статистика.

Рамка за културната статистика на ЮНЕСКО

Категории	Творчество/ Производство	Предаване/ Разпространение	Възприемане Потребление	Регистрация/ Опазване	Участие
Културно наследство					
Печатни произведения и литература					
Музика					
Изпълнителски изкуства					
Визуални изкуства					
Кино и фотография					
Радио и телевизия					
Социокултурни дейности					
Спорт и игри					
Околна среда и природа					

КАНАДА

Статистиката в Канада притежава организирана програма за събиране и анализ на статистически данни за културните дейности от 1972 г. Целта още от самото начало е да се достигне до последователен и изчерпателен набор от индикатори, осигуряващи достоверна картина за състоянието на културата в Канада. Определянето на рамка за организиране на данните и основните компоненти на културния сектор е дефинирано като първа цел на програмата. Последната актуализация на канадската културно-статистическа рамка е от 2004 г.

Отчитайки, че рамката на ЮНЕСКО съдържа предложения за редица важни индикатори за отделните сегменти на културния сектор, Канадската статистика установява няколко недостатъка на матричния подход. Клетките като че ли съдействат за изолация на индикаторите повече, отколкото ги използват за изграждане на мрежа от активни взаимоотношения. Изглежда, че няма средство те да се свържат един с друг, да се добави социо демографска или икономическа информация и да се осигури интегративна картина на канадския културен сектор. Тъй като рамката за културна статистика е съставена от поредица от клетки, тя е разделена на категории, които създават изкуствени разграничения между сходни институции. Някои обществени институции като музеи, библиотеки и арт галерии са в различни функционални колони, а в някои случаи се появяват и на повече от едно място в табли-

цата. В усилието си да избегне дублирането на категориите, да осигури съвместимост на данните от целия сектор и да подпомогне интеграцията на данни от множество различни източници, Канада възприема друг, *функционален подход*.

Канадският статистически институт изгражда модел на сектора, който идентифицира типовете необходима информация от страна на търсенето и на предлагането. Канадците виждат културния сектор като състоящ се от няколко основни конституенти. Културно статистическата рамка описва взаимоотношенията между тях, връзките и резултатите в културата:

Конституенти:

- Учреждения (чрез които се създават и/ или разпространяват блага и услуги)
- Индивиди (потребители/ работна сила)
- Държава
- Обслужващи организации
- Асоциации, включително профсъюзи

Връзки:

- Творческа верига (производство и предлагане)
- Потребление (участие и търсене)

Резултати:

- Социално влияние
- Икономическо влияние

Канадската гледна точка е, че това, което отличава културата от другите социални или икономически сектори е *съдържанието* на произвежданите продукти и услуги. Така тяхната дефиниция за културата като сектор се базира на произвежданите продукти и услуги.

За целите на статистическата рамка културата се определя като:

Креативна артистична дейност и блага и услугите произтичащи от нея, и опазването на човешкото наследство.

За да бъдат определени като такива, културните блага и услуги трябва да отговарят на един от следните критерии:

- творчески продукт, върху който има права на интелектуална собственост;
- услуга, свързана с представянето или опазването на творчески продукт;
- продукт или услуга, подкрепящ създаването, производството или разпространението на други креативни блага или услуги, вкл. услуги, които обогатяват или променят съдържанието на културни продукт (напр. образователни услуги, илюстрации, графики, оформление и дизайн, музикално оформление);
- услуга, свързана с опазването, представянето или интерпретацията на човешкото наследство; или
- образователна услуга, насочена към хората, които произвеждат културни блага или услуги

Отличаващ елемент на канадската рамка е акцентът върху *връзките*

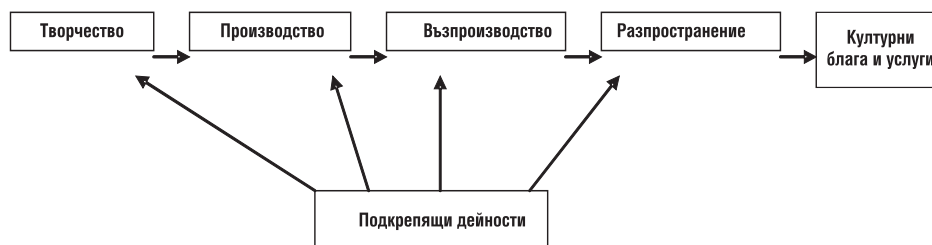
между отделните дейности, съставляващи творческата и потребителската верига.

Творческата верига обхваща определен брой отделни стъпки или дейности, всяка от които се проявява чрез конституенти, които могат да бъдат идентифицирани в индустриалната класификация.

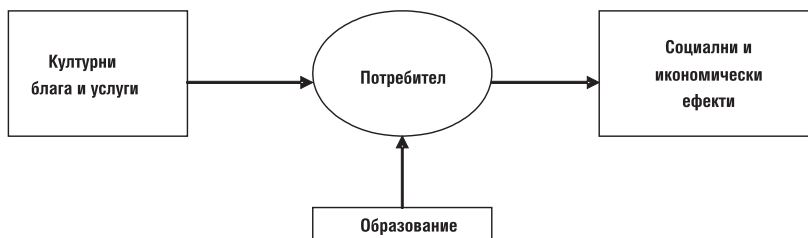
Тези стъпки включват следното:

- Творчество/ създаване – то се осъществява от учреждения, свързани с развитието на креативната артистична идея. Те включват, например, независими артисти, писатели и изпълнители. Голяма част от творческата дейност обаче може да се осъществи и в други учреждения, чиято основна дейност е различна от творчеството (напр. издателски къщи).
- Продукция/ производство – тук се включват учреждения, които участват предимно в акта или процеса на производство на културни блага и услуги, като последните могат лесно да бъдат идентифицирани. Благата са материални (книги, списания, звуконосители), докато услугите са нематериални (концерти, театрални представления, изложби)
- Възпроизводство – тази стъпка се осъществява от учреждения, участващи в масовото възпроизводство на културни блага (размножаване на филми, печат, постери и др.) от оригинала. Те могат да бъдат разграничени от онези, заети в производството по това, че не добавят стойност към културното съдържание на блага.
- Разпространение – то се извършва от учреждения, които разпространяват културни блага и осигуряват масовото разпространение на визуалните изкуства и фотографията сред търговци на едро и дребно, чрез радио и телевизионно разпръскване или в Интернет.
- Подкрепящи дейности – в добавка има дейности, свързани с културата, които съдействат за финансирането или подкрепата на творчеството и производството (организации за колективна защита на авторски права, агенти, мениджъри, организатори).

Творческата верига може да се изобрази графично по следния начин:



Потреблението има съществена роля в канадския статистически модел за култура. Производството на културни блага и услуги оказва влияние само ако те бъдат използвани. В допълнение съществуват важни икономически и социални вторични ефекти, които възникват от потреблението на култура, и които са отчетени в рамката. Това е отразено в следната схема:



Културноисторическото наследство – особен случай

Творческата верига работи най-добре в случаите, когато става въпрос за материални блага. За културните услуги се изискват някои модификации, особено за тези, свързани с опазване на човешкото културно наследство.

При предоставянето на тези услуги се предприемат различни по брой и по вид дейности. Един артефакт първо бива разпознат (т.е. открит и идентифициран). След това бива консервиран (т.е. възстановен, реконструиран, стабилизиран), интерпретиран и публично представен. В този случай дейностите по творчество, възпроизводство и разпространение не са релевантни.

Канадската рамка отразява и ролята на публичната политика в културния сектор. Една от целите на публичната политика в случая е да влияе върху поведението на потребителите с цел да постигне определени социални резултати (например по-развито чувство за национална идентичност).

Фигура 1



Обхватът на статистиката за култура е взаимно изключващ се с други полета, включени в статистиката. В канадския контекст околната среда, спорта, развлеченията и технологиите са изключени от културата. Рамката обхваща: печатни медии, филмова индустрия, разпространение, звукозаписи публикуване на музика на печатни носители, изпълнителски изкуства, визуални изкуства, занаяти, архитектура, фотография, дизайн, реклама, музеи, арт галерии, архиви, библиотеки и образование в сферата на културата. Включва също в ограничена степен дейности по подкрепа на културата от страна на държавата, както и дейности, осъществявани от обединения/ асоциации, свързани с културата.

Рамката включва класификации на индустрии, блага и услуги и занятия от съществуващите познати стандартни класификации, като обхваща социалните и икономически аспекти на културата.

АВСТРАЛИЯ

В средата на 80-те години австралийското правителство основава Съвет към културното министерство, който представлява правителствен форум за обмен на гледища по въпросите, засягащи културните дейности в Австралия. Съветът отбелязва недостига на информация и статистически данни за културната индустрия, изразявайки специална загриженост за въздействието на този факт върху планирането на национални културни стратегии. През 1987 г. е създадена Статистическа консултативна група, на която е възложено да проучи статистическите нужди на културната индустрия и да разработи национална статистическа рамка.

Националната статистическа рамка за култура и свободно време на Австралия е разработена на базата на Рамката за културна статистика на ЮНЕСКО. Консултантите, наети да осъществят изследването, одобряват принципите, залегнали в рамката на ЮНЕСКО. Те препоръчват австралийската рамка да използва същите основни категории като ЮНЕСКО, но да бъдат направени малки изменения и поставени нови ударения в подкатегориите, за да бъдат по-добре отразени австралийските условия. Възприема се и подхода за определение на културата като „*областите, които са традиционен обект на културни политики*“.

Десет категории културни дейности определят обхвата на австралийската рамка. Всяка от тях е разбита на по-малки сектори и подсектори, които формират част от детайлната рамка. Десетте основни категории дейности са:

- 1 Наследство и музеи
- 2 Литература, библиотеки и архиви
- 3 Музика
- 4 Изпълнителски изкуства
- 5 Визуални изкуства
- 6 Филми и видео
- 7 Радио и телевизия
- 8 Общностни дейности
- 9 Спорт, възстановяване и сигурност
- 10 Околна среда

Направено е също така предложение за опростяване на функционалната матрица на ЮНЕСКО. Тя е счетена за твърде сложна, за да позволи практически статистически набор на данни или да посрещне напълно нуждите на потребителите. Вместо това са идентифицирани четири основни компонента на австралийската национална култура и те са използвани като второ изменение в рамката. Както и при канадския модел, те описват общите вложения, процеси и резултати от дейностите във всяка категория. Четирите основни функции са:

Културни продукти и ресурси (резултатът от културните дейности);

Създателите и участниците (хората, заети с творческа дейност самостоятелно, в групи и в организации, независимо дали на професионална или аматьорска база);

Културните организации (комерсиални и субсидирани от държавата, аматьорски и доброволчески организации, които произвеждат културни продукти и ги предоставят на потребителя);

Потребителите (тези, които посещават, купуват, използват, слушат или четат продуктите от общия културен живот на нацията)

КУЛТУРНАТА СТАТИСТИКА В ЕВРОПЕЙСКИЯ СЪЮЗ

Докладът на Ръководната група за културна статистика по поръчка на Европейската комисия от 2000 година

Европейската статистика за култура все още няма „право на гражданство“ в рамките на социалната и икономическа статистика като цяло, въпреки всеобщото съгласие по отношение на нейната политическа значимост и нарастващата икономическа и социална роля на културните дейности.

Всъщност броят на заетите в сектора, обществените и частни фондове, осигуряващи ресурси за културата, както и масовото участие в културни дейности предполагат и изискват достъпност до адекватна статистическа информация за сектора.

От 1995 г. насам проблемът за липсата на културна статистика на европейско ниво е повдиган на редица международни форуми (Париж, юни 1995; Мадрид, октомври 1995; Урбино, май 1996) така че искането институциите на общността да започнат работа в тази област е повдигнато от самите страни членки (Италия и Франция). В отговор на това искане е създадена Ръководна група за културна статистика (LEG-Culture) през март 1997 г.

На групата е даден статут на 3-годишен пилотен проект с мандат за изграждане на европейско ниво на система от кохерентна и съпоставима информация, която може да допринесе за по-добро разбиране на връзките между култура и социално-икономическо развитие. Тази статистическа информация включва основно анализ на съществуващите данни, както и изработване на индикатори, които да отразяват разнообразието на културните феномени в Европа и да подпомагат процеса на формиране, мониторинг и оценка на политики, разработвани на нивото на Общността. Финалният доклад на групата излиза през 2000 г. и е разработен на базата на статистически и други данни за 15-те страни членки на ЕС към този момент.

На групата е възложена задачата да превърне продукцията на културна-

та статистика в Европа в инструмент, даващ възможност да се опише европейската културна сцена и лесно да се правят сравнения между отделните страни. Както отбелязват експертите „Културата се превръща във фактор с нарастващо значение в икономиката и обществото. Това се дължи не само на все по-важната роля, която тя играе както на европейско, така и на национално ниво в икономиката и социалното развитие, но и на бързо появяващите се промени в методите на културно производство, разпространение, потребление и междудържавните форми на обмен (особено що се отнася до медиите, новите комуникационни технологии и услуги).“

Широкото движение за създаване на ново европейско културно и социално пространство очевидно изискват наличието на статистически системи способни едновременно адекватно да опишат различните национални ситуации и да направят съпоставими културните идентичности на страните, въввлечени в процеса на европейско обединяване.

Целите на Ръководната група (РГ) са:

- Да дефинира общо ядро от полета от дейности, единодушно считани за културни;
- Да разработи класификация на културните дейности, започвайки от Рамката за културна статистика, разработена от ЮНЕСКО;
- Да разработи и усъвършенства културната статистика, възползвайки се от съществуващите проучвания;
- Да определи променливи величини и индикатори, които дават възможност да се направи описание на търсенето и предлагането при различните културни дейности

В работата си РГ избира да ограничи първоначалните си усилия по хармонизиране на статистиката до:

4 домейна, универсално признати за принадлежащи към културната сфера – *библиотеки, музеи, визуални изкуства и театър*

3 функции - *заетост, финансиране и участие в културата*, тъй като те се считат за основни елементи при формирането и мониторинга на културните политики.

Колко ресурси се харчат за култура, какви са съответните отношения между частни и обществени фондове, и как се разпределят? Какво е влиянието на тази инвестиция върху заетостта в сферата на културата, какъв е обемът на тази заетост и какви части от работоспособното население засягат те? Каква част от населението е ангажирана с културни дейности? Това са част от важните въпроси, на които хармонизирането трябва да даде отговор на европейско ниво.

Групата следва да разработи статистическа база, на която да стъпят последващи изследвания. С оглед направените вече разграничения изследователският екип се разделя на 4 работни групи, които се занимават съответно с методологическите аспекти (РГ 1), Заетостта в сферата на културата (РГ 2), Финансирането и разходите за културни дейности (РГ 3) и Участието в културни дейности (РГ 4). Всяка работна група разработва препоръки за усъвършенстване на статистиката по своята функция, както и индикатори за 4-те избрани домейна.

Очевидната начална точка на изследването е цитираната по-горе Рамка на ЮНЕСКО от 1986 г. Рамката е забележително постижение, но трудностите

в процеса на хармонизация са толкова големи, че след повече от 10 години реалните възможности за съпоставяне на статистики на европейско ниво остават изключително ограничени. В допълнение всяка една от европейските страни е модифицирала препоръките от Рамката на ЮНЕСКО при съставянето на националната си статистика за култура. В тази връзка се налага известна ревизия на Рамката, подчинена преди всичко на необходимостта от консенсус. Спортът, околната среда, рекламата, модата, езиците и игрите са изключени; всички визуални изкуства са групирани в една категория; въведени са нови домейни като архитектура и нови медии. По този начин става възможно да се стигне до обща работна система. Ръководната група поставя основите на дългосрочен проект; общата рамка, която тя създава е полезна начална точка за всяка отделна национална ситуация. В същото време експертите не смятат, че е необходима пълна унификация на статистическите системи за култура на отделните страни; напротив, те са признати за част от европейското богатство.

Отчитайки спецификите на работата на европейско ниво работната група се фокусира върху следните аспекти:

- формиране на културно поле, общо за всички страни и организиране на това културно поле в дейности, чрез въвеждането на **класификация на културните дейности**. Тя е замислена като работен инструмент за наблюдение за обща употреба в европейските страни, който ще направи възможно единиците (предприятия, общества, асоциации и т.н.), произвеждащи културни блага и услуги да бъдат идентифицирани и класифицирани. (задача на Работна група 1);

- анализ на статистиката за **заетостта в сферата на културата** и съставяне на класификация на професиите (Работна група 2);

- анализиране на **финансирането и разходите за култура** и опит за оценка на потреблението на благата и услугите (Работна група 3);

- изследване на търсенето от гледна точка на **индивидуалното участие в различните полета на културата** (Работна група 4).

С оглед постигането на по-голяма практичност всяка Работна група дефинира променливи и индикатори в своето отделно поле. Но трябва да се подчертае, че крайната цел на производството на европейска културна статистика е да се обединят тези различни променливи и индикатори, за да се придаде действителна релевантност на културнополитическите анализи, например влияние на общественото финансиране върху заетостта, или стойности на посещаемостта.

В работата си групата използва два допълващи се подхода:

- общ подход, разглеждащ пресичащи се обекти от особено значение за културната политика, а именно заетост, финансиране и културни практики;

- институционален подход, чиято цел е да опише институциите от различни гледни точки и да генерира статистика за тях, за благата и услугите, които те произвеждат, както и за тяхната публика.

Статистиката, която следва да бъде произведена в рамките на институционалния подход може да се раздели на:

- 1) **Обща статистика** – брой на институциите, класифициран в съответните категории, посещаемост и др;

- 2) **Статистика на работната сила** – брой на заетите, брой на заетите на

пълнен работен ден и т.н;

3) **Статистика на приходите и разходите** – покупка на стоки и услуги, разходи за труд, възвращаемост, субсидии и др;

4) **Статистика за посетителите и публиките** – класификация на публиката по различни критерии.

По-долу основните разработки на Ръководната група върху културната статистика са обособени по работни групи.

Работна група 1 (Методологически аспекти)

Основният принос на Работна група 1 е разработването на „*класификация на културните дейности*“ На базата на Рамката на ЮНЕСКО е постигнато съгласие за дефиниране на общи културни полета около осем културни и артистични домейна: *културно наследство, архиви, библиотеки, книгоиздаване и преса, пластични изкуства, архитектура, изпълнителски изкуства, и аудио- и аудио-визуални мултимедии*. Пресичането на тези избрани домейни с основни функции като *консервация, творчество, производство, разпространение, търговия и обучение* дава възможност за изработване на предложение за класификация на културните дейности (виж таблицата в края на текста). В резултат на пресичането се получава доста подробен списък от културни дейности, които са предложени като прототипна версия, целяща да осигури на четирите работни групи общ оперативен инструмент.

След това е направен анализ на това как културните дейности са взети под внимание от NACE¹.

Накрая Работна група 1 създава първия набор от експериментални индикатори за работа върху музеите, библиотеките, пластичните изкуства и театъра. Работата включва съгласуване на различни дефиниции и класификации, изследване на съответните индикатори, идентификация на съответните източници и накрая събиране и оценка на достъпните данни в 5 страни-членки за осигуряване на съпоставимост.

Препоръки

1) По-нататъшно усъвършенстване на предложената класификация на културните дейности с оглед по-голяма кохерентност в културния сектор;

2) Насърчаване на националните статистически институти и други организации, предоставящи данни, да следват четирицифрените кодове на NACE, съгласно изработената таблица на съответствията между двете класификации. В дългосрочен план тази класификация на културните дейности следва да бъде включена в една глобална бъдеща ревизия на NACE;

3) Изпробване на употребата на хармонизираните дефиниции, класификации и индикатори, предложени от групата в бъдещи национални проучвания;

4) Разширяване на тази първа степен на хармонизация от анализираниите домейни към останалите идентифицирани културни домейни.

Предлагани индикатори по сфери:

МУЗЕИ

Променливи и индикатори

Основните променливи, с които трябва да се започне са основните пояснителни **променливи**:

- Брой музеи
- Посещаемост; за предпочитане с разграничение между платена и свободна посещаемост
- Персонал, за предпочитане с разграничение между постоянен и временен персонал и между научен персонал и други
- Приходи

Индикаторите, които следва да бъдат прилагани са:

- Брой музеи на 100 000 души население
- Общо посещаемост на музеи на 100 000 население
- Отношение на платени посещения към всички посещения
- Средна численост на персонал на един музей
- Отношение на постоянния персонал към общия персонал
- Отношение на научния персонал към общия постоянен персонал
- Приходи на 100 000 население

БИБЛИОТЕКИ

Променливи и индикатори

Основните пояснителни **променливи** са:

- Библиотеки: брой на административните единици
- Обслужващи пунктове
- Брой книги и периодика
- Брой аудио-визуални материали
- Брой единици, използващи други подкрепящи медии
- Интернет услуги достъпни за посетителите
- Брой книги, поръчани за справки
- Брой заети книги
- Периодични издания – заети и поръчани за справки
- Аудио-визуални материали – заети и поръчани за справки
- Брой единици, използващи други подкрепящи медии – заети и поръчани за справки
- Регистрирани читатели
- Персонал: научен и други; постоянен и временен
- Приходи от членски внос и заемане

Индикаторите, които следва да бъдат прилагани са:

- Обслужващи пунктове на 100 000 население
- Брой книги на 100 000 население
- Читатели на 100 000 население
- Осъществени справки с книги на 100 000 население
- Заети книги на 100 000 население
- Персонал на библиотека

Всички променливи и индикатори следва да се отнасят за следните видове библиотеки:

- Национални библиотеки
- Обществени или народни библиотеки
- Библиотеки към висши учебни заведения (университетски библиотеки)
- Специализирани библиотеки

- Други по-важни неспециализирани библиотеки

ВИЗУАЛНИ ИЗКУСТВА

Променливи и индикатори

Основните пояснителни **променливи** са:

- Художници;
- Арт галерии;
- (Бизнес) оборот от арт галерии;
- Оборот от аукционни продажби;
- Внос и износ на произведения на изкуството;
- Обществена подкрепа за визуалните изкуства.

Индикаторите, които следва да бъдат прилагани са:

- Брой художници на 100 000 заети; процент на професионалните художници от работоспособното население;
- Процент визуални (пластични) артисти от всички художествени и културни занятия;
- Среден оборот на арт галериите;
- Среден оборот от аукционни продажби;
- Отношение на вноса на произведения на изкуството към общия внос;
- Отношение на износа на произведения на изкуството към общия износ.

ДРАМАТИЧЕН ТЕАТЪР

Променливи и индикатори

Основните пояснителни **променливи** са:

- Брой драматурзи
- Брой компании и театрални организации (разбити на: субсидирани от държавата, общината, общността и т.н.)
- Брой театри, т.е. постоянни учреждения посветени на представянето на живи спектакли, от които изведен процент на субсидираните
- Брой продукции
- Брой представления
- Посещаемост
- Приходи
- Брой специализирани училища

Индикаторите, които следва да бъдат прилагани са:

- % субсидирани театрални компании и организации
- % субсидирани театри
- Театри на 100 000 население
- Представления, посещения и постъпления на 100 000 население
- Посещаемост на представление

ОБРАЗОВАНИЕ И ОБУЧЕНИЕ:

Променливите, свързани с образование са:

- Училища
- Записани и завършили

Работна група 2 (Заетост в културата)

Анализирайки заетостта в културата Работна група 2 предприема два различни (но еднакво важни) подхода. От една страна тя изучава заетостта по единици, произвеждащи културни блага и услуги (NACE), а от друга страна проучва заетостта по културни професии (ISCO²).

Групата установява, че най-добрите и най-полезни източници на информация за добиване на глобална картина на заетостта в културния сектор са Европейската лаборатория за изследване на работната сила, както и данните от преброяванията на населението. Анализът на достъпната информация обаче довежда до заключението, че и двата източника са недостатъчни за изготвянето на съпоставими данни за различните страни.

За целите на проекта Работна група 2 изготвя специално предложение за класификация на културните професии. Съпоставянето на културата с останалата част от икономиката изисква употребата на релевантни индикатори за установяване състоянието на заетостта от гледна точка на икономиката. С тази цел Работна група 2 изготвя един не толкова изчерпателен списък индикатори за заетостта в културния сектор. Интересна черта на тези индикатори е, че те могат да бъдат изградени през класификациите както на NACE така и на ISCO

Препоръки

1) Усъвършенстване на шифрите в LFS (Labor Force Survey) и при преброяванията на населението. Националните статистически институти са силно насърчавани да започнат да предоставят на Евростат данните от LFS (и преброяванията) кодирани в 4-цифровите класове на NACE и 4 цифровите групи на ISCO идентифицирани и подобрени от Ръководната група като покриващи културните професии и занятия.

2) Предложението за адаптация на ISCO към новите класификации на културните занятия да се осъществи във всички страни, тъй като то представлява вероятно най-подходящото решение за събиране на съпоставими данни за културната заетост. Експериментално приложение може да бъде осъществено на национално ниво.

3) Задълбочаване на изследванията и анализите на заетостта и професиите в културата. Препоръчва се заетостта в културата да се третира като едно цяло в страните членки.

Предлагани индикатори по сфери:

МУЗЕИ

- Персонал на музей
- Постоянен персонал като дял от общия персонал
- Научен персонал като дял от общия постоянен персонал

БИБЛИОТЕКИ

- Персонал на библиотека по типове библиотеки

ВИЗУАЛНИ ИЗКУСТВА

- Визуални артисти като дял от икономически активното население
- Визуални артисти като дял от артистичните и културни професии

ТЕАТРИ

- Персонал на театрите
- Постоянен персонал като дял от общия персонал

– Творчески персонал като дял от общия постоянен персонал

Работна група 3 (разходи и финансиране за култура)

Полето на разходите и финансирането за култура се характеризира с голям брой несходни участници и процеси, които трябва да се вземат под внимание, а именно финансиращи организации, производители и потребители. Три основни участника могат да се определят като финансиращи културата организации: държавата, частния сектор чрез спонсорство и други публични и частни финансиращи институции. Работната група ограничава своето внимание до държавните разходи, до институциите, които са директно активни в полето на културата и до домакинствата.

Опитът на проекта показва, че хармонизация на данни между различните страни членки е възможна само на държавно ниво.

По отношение на класификацията на разходите се предлага да се започне в краткосрочен период на скромно ниво, ограничаващо се само до настоящите постъпления, настоящите разходи и капиталови инвестиции. Изработени са основните матрици за събиране на бази данни за държавните разходи за култура, както и по културни институции.

Информацията за разходите и приходите на културните институции е от изключителна важност, тъй като те формират пространството, където финансирането от правителството и други източници се пресича с производството на културни продукти и услуги.

Количествената информация за разходите по големи културни институции работещи на национално (и/ или регионално) ниво е също важна, тъй като те често са основните получатели на субсидии от държавата. Под концепцията за институция се има предвид организация, било то асоциация, компания или друго, която е активна в производството или разпространението на различни форми на културата.

На това ниво работната група работи само с разходите по избраните сектори – музеи, библиотеки, пластични изкуства и театър.

По отношение на частните разходи за култура се предлага анализ на потенциала на „Проучването на домакинските бюджети за 1997 г.“ от Евростат, поради важността на държавните субсидии, които обикновено вдигат нивото на потребление и разходи от страна на домакинствата. Възможно е да се съпоставят данните за частните разходи на домакинствата за култура в различните страни, както и приблизителните частни общи разходи за специфични културни домейни и/ или за дадена културна стока/ услуга, като например общите частни разходи за посещение на музеи. В дългосрочен период методът за изследване на домакинските бюджети може да се използва, за да се добият по-специфични данни за частните културни разходи.

РГ предлага приоритетни индикатори за държавните разходи за култура.

Препоръки:

Подходът на РГ 3 довежда до изработването на методологическа рамка за отчитане на културните разходи на европейско ниво.

1) Основната препоръка е рамката да бъде усъвършенствана, изпробвана, подобрена и приложена в средносрочен и дългосрочен план;

2) По отношение на бъдещата работа в тази област, основен приоритет трябва да бъде даден на хармонизацията на данните за правителствени разходи за култура на базата на всеобщо одобрени и съгласувани инструменти;

3) На следваща стъпка акцент се поставя върху анализа на тенденциите в домакинските разходи за култура, имайки предвид, че набирането на данни за културните институции остава дългосрочна цел.

Работна група 4 (Участие в културни дейности)

РГ 4 започва да хармонизира съществуващите данни за културно участие и да осъществява по-нататъшно изследване на този проблем чрез съсредоточаване върху обща дефиниция на „*участието в културни дейности*“ както и върху събирането и оценката на достъпните източници на данни, касаещи културното участие в европейските страни.

Обширната информация, събрана за тази цел прави възможно съставянето на повече или по-малко „съпоставими“ европейски таблици за участието, чрез които се прави опит да се преодолее проблемите със съпоставимостта. Работната група постига съгласие върху въпроси, които следва да бъдат включени в бъдещи хармонизирани проучвания в полето на културата и подготвен списък от индикатори за културното участие.

Очевидните несъответствия между проучванията, които се осъществяват в Европа, се дължат не толкова на различните дефиниции на културните дейности, колкото на различията в изследователските цели и методологии.

Таблица 2

Индикатори за държавните разходи

	Нето разходи												
	Национална валута на човек от населението по цени от година t				В евро на човек от населението, година t	Нето разходи като % от БВП				Нето разходи като % от общите правителствени разходи			
	Година t	Година t-1	Година t-5	Година t-10		Година t	Година t-1	Година t-5	Година t-10	Година t	Година t-1	Година t-5	Година t-10
Културно наследство (общо); от което: Исторически паметници Музеи и т.н.													
Архиви													
Библиотеки													
И т.н. (виж табл. в края на текста)													

Индикатори за разходи по институции

	В национална валута в цени за година t				В евро за година t
	Година t	Година $t - 1$	Година $t - 5$	Година $t - 10$	
Музеи					
Общо разходи на човек от населението					
Общо разходи на посещение					
Съотношение „субсидии/ собствени приходи“					
Библиотеки					
Общо разходи на човек от населението					
Общо разходи на регистриран читател					
Общо разходи на заета книга					
Общо разходи на зает аудио-визуален материал					
Съотношение „субсидии/ членски внос“					
Арт галерии					
Общо разходи на човек от населението					
Театри					
Общо разходи на човек от населението					
Общо разходи на посетител					
Общо разходи на представление					
Съотношение „субсидии/ собствени приходи“					

За да се постигне съпоставима статистика за културното участие в ЕС трябва да бъдат изпълнени следните предпоставки:

- Данните за участие в културните дейности следва да произтичат от проучвания в национален мащаб, базирани на случайна извадка;
- Такава извадка трябва да бъде представителна за цялото население от 15 години нагоре;
- Проучванията трябва да съдържат най-малко следните характеристики:

възраст, пол, занятие, заетост (работещ/ безработен), и ниво на образование;

- Националните проучвания следва да включват културните дейности предложени във въпросника, изработен от РГ 4;

- Класификацията на културните дейности, използвана в националните проучвания следва да бъде приспособена към класификациите, приложени във въпросника;

- Честотата на културните дейности, изследвана в националните проучвания следва също да бъде трансформируема в категориите, предложени във въпросника. Що се отнася до посещенията на културни събития и четенето на книги следва да се покриват дейности в рамките на последните 12 месеца; други културни дейности като гледане на телевизия и слушане на радио следва да бъдат отчитани на ден и/ или на седмица.

Препоръки

1) Включване на общо ядро от въпроси в националните проучвания ще бъде значима крачка към хармонизация на данните за участие в културните дейности в Европа.

2) За да се постигне по-добра съпоставимост на резултатите, провеждането на националните проучвания трябва да бъде максимално синхронизирано по време. Несъответствията по време могат да дадат съществени отклонения в резултатите от проучванията.

3) Повечето от идентифицираните проблеми могат да бъдат решени със средствата на общо „Европейско проучване на участието в културни дейности“, което да бъде повтаряно периодично, примерно през период от 4 години. Такова проучване не е задължително да бъде проведено директно от Евростат, въпреки, че следва да се осъществи под неговата егида и в условията на партньорство между страните.

Индикаторите, които РГ 4 задава за участие в културни дейности се измерва като процент от населението от 15 годишна възраст нагоре, които:

- % използват компютър
- % използват компютър поне няколко пъти на седмица
- % използват Интернет
- % използват Интернет поне няколко пъти на седмица
- % използват CD-ROM
- % използват CD-ROM поне няколко пъти на седмица
- % гледат телевизия по-малко от 2 часа на ден
- % гледат телевизия 4 часа на ден или повече
- % слушат радио всеки ден
- % слушат радио поне няколко пъти на седмица
- % са чели книги в последните 12 месеца
- % са посетили публични библиотеки в последните 12 месеца
- % четат вестници
- % четат списания
- % слушат класическа музика, опера, оперета
- % слушат друга музика
- % посетили класически концерт, опера, оперета през последните 12 месеца
- % посетили други концерти през последните 12 месеца
- % посетили кино през последните 12 месеца
- % посетили кино през последния месец
- % посещаващи кино поне веднъж на месец
- % посетили театър през последните 12 месеца
- % посетили балетни/ танцови спектакли през последните 12 месеца
- % посетили музей през последните 12 месеца
- % посетили паметници през последните 12 месеца

БЪЛГАРИЯ

В заключение ще нахвърлим няколко бележки към състоянието на статистиката за култура в България, без претенции за изчерпателност. Читателят

ще има възможност подробно да се запознае с историята, механизмите и практиката на националната статистика за култура в България от другите материали в бюлетина.³

НСИ е единствената институция, която периодически събира и публикува количествени данни за култура. Неговата дейност се регулира основно от Закона за статистиката⁴, определящ механизма по който се съставя Националната програма за статистически изследвания. Тази програма се приема от Министерския Съвет и определя темите и периодичността на статистическите изследвания, които се осъществяват ежегодно. Т.е. за да бъде осъществено едно изследване, то трябва предварително да бъде заложено в програмата. Предложения за включване на изследвания в програмата могат да правят органите на статистиката и други заинтересовани институции, които се нуждаят от определена информация. (Закон за статистиката, чл.15, 16, 17). От своя страна органите на статистиката са „Националният статистически институт и съответните структурни звена в министерства, ведомства и други централни и териториални органи на изпълнителната власт, които извършват статистическа дейност“ (чл. 3 ал. 2). Тези органи практически осъществяват статистическите изследвания. За съжаление трябва да отбележим, че в Министерство на културата (МК) няма такова звено, което на практика означава, че връзките между МК и НСИ са до голяма степен фрагментаризирани. Не е имало и случай в последните 10 години МК да поръча специално изследване на НСИ.

Така, при нерегулярни връзки между двете ведомства и поради неотчитането на приоритетна значимост на културата от страна на НСИ, както и поради ограничения в бюджета му, статистическите изследвания за култура към настоящия момент в България са в незавидно състояние. Не съществува цялостна културно статистическа рамка. Данните от специализирани изследвания обхващат основно дейността на държавните културни институции (библиотеки, читалища, музеи, кина, театри, радио, телевизия) производството на филми и издаването на периодични и непериодични издания. При това тези изследвания са се провеждали ежегодно до 2000 г., до когато НСИ издава и специализиран бюлетин Култура. След това те започват да се провеждат в различните сектори през две или през три години чрез попълване на статистически формуляри. За всеки е ясно, че при такава периодичност в съвременния бързо променящ се свят трудно могат да се наблюдават и проследяват никакви тенденции, явления и развития.

Без да навлизаме в повече детайли ще набележим накратко полетата от културата, в които количествена статистическа информация почти напълно липсва в публичното пространство.

- голяма част от частния сектор в културата (частни галерии, театри и др. институции)
- не се обхваща неправителствения сектор;
- не се обхващат изобщо фестивалите (международни, национални, регионални), чиито брой в България никак не е малък;
- голяма част от културните индустрии остават незабелязани за статистиката и респ. за МК (особено пазарът на звукозаписната индустрия, филмовата индустрия, индустриите на забавлението);
- не се обхваща културният туризъм, който генерира не малка част от приходите, особено в сферата на културно-историческото наследство;

Класификация на културните дейности според ръководната група за културна статистика

	Опазване	Творчество
Културно наследство Исторически паметници Музеи Археологически паметници Други	Дейности по опазването на паметници Музейни дейности Археологически дейности Други дейности, свързани с наследството	
Архиви	Общи и специализирани архиви	
Библиотеки	Консервационни и читателски библиотеки	
Книги и преса - книги - преса		Създаване на литературни творби Съставяне на статии за вестници и периодични издания
Визуални изкуства - Визуални изкуства (вкл. дизайн) - Фотография - Мултидисциплинарни	Рестаурация	Създаване на визуални произведения на изкуството
Архитектура		Архитектурно творчество (дейности на архитектурни фирми)
Изпълнителски изкуства - Музика - Танц - Музикален театър - Театър - Мултидисциплинарни - Други изпълнителски изкуства		Създаване на: музикални творби, хореографски творби, творби за музикален театър, драматични творби и др.
Аудио - и аудио -визуални мултимедии - филми - радио - телевизия - видео - звукозапис - мултимедия		Създаване на кинематографски творби и аудио - визуални творби (извън киното) Създаване на мултимедийни творби

Производство	Разпространение	Търговия/ продажби	Образование
	Организиране на събития и популяризиране		Образователни дейности
	Организиране на събития и популяризиране		Образователни дейности
	Организиране на събития и популяризиране		Образователни дейности
Производство на книги Вестници и периодични издания Дейности на прес - агенции Дейности на литературни агенти	Организиране на фестивали и панаири за книги/ четене Организиране на събития и популяризиране	Търговия/ продажби на книги Търговия/ продажби на периодични издания	Образователни дейности
Производство на визуални творби (публикация на печатни репродукции, производство на отливки и др.)	Изложби на визуални творби Организация на фестивали Организиране на събития и популяризиране	Търговия/ продажби във визуалните изкуства (арт галерии) Търговия/ продажби на репродукции, отливки и др.	Образователни дейности
			Образователни дейности
Производство на живи спектакли Дейности на оркестри, театри, опери, танцови компании и др. Услуги, свързани с производството на живи спектакли (вкл. артистични агенти)	Дейности по разпространението в концертни зали, танцови театри, музикални театри, драматични театри и др. Организиране на музикални, танцови, театрални и др. фестивали Организиране на събития и популяризиране		Образователни дейности
Филмово производство за кино Филмово производство (извън киното) Производство на радиопрограми Производство на телевизионни програми Производство на звукови и аудио - визуални записи Производство на мултимедийни творби	Разпространение на филми Кино мениджмънт Организация на фестивали Радио разпръскване Телевизионно разпръскване	Търговия/ продажби на звукови и аудио -визуални записи Търговия/ продажби на мултимедийни творби	Образователни дейности

- не се отчитат приходи от спонсорство;
- не се обхващат „самонаемащите се“ – независими художници и др.
- голяма част от пазара на културни продукти и услуги остава в сянка

С оглед запълването на тези липси, както и с оглед на по-ефективно и прозрачно културно политическо управление и планиране е необходимо да се вземат следните мерки:

- Изработване на рамка/ система от статистически индикатори за мониторинг и оценка на процесите и явленията в културата. Рамката следва да се изработи от екип от специалисти от различните сфери на културата, статистици, икономисти и финансисты, социолози, и с активното участие на МК.
- Учредяване на орган на статистиката в МК и по-активно участие на представители на Министерството при изготвяне на Националната програма за статистически изследвания. Съгласно закона за статистиката, това може да стане чрез заповед на Министъра на културата.
- Ежегодно набиране на данни от НСИ съгласно изработената рамка
- Възстановяване на редовното издаване на статистическия справочник „Култура“
- Предприемане на мерки за възстановяване на информационните празнини от периода 2000-2007 г.

Всичко това зависи до голяма степен преди всичко от волята на Министерството на културата. Политиката във всяка една област носи отговорност за своето информационно и научно обслужване, както и за осигуряването на прозрачност по отношение на провежданите политики.

¹ *Обща индустриална класификация на икономическите дейности в Европейската общност*

² *Международна стандартна класификация на занятията*

³ *Александрова, Т., Юлия Петрова Националната статистика за културата в България*

⁴ *Закон за статистиката, обн. в Държавен вестник, бр.57 от 25 юни 1999г*

Само подобряването на пътната мрежа може да отклони средства от паметниците на културата

КАПАНИТЕ НА ДЕФИНИЦИИТЕ

ЯВОР КОЙНАКОВ

В следващите страници е поместена втората част от изследването на нагласите в културния сектор, проведено от Националния център за изследване на общественото мнение (и коментирано от експерти на Центъра) през втората половина на 2005 година, което беше замислено като своеобразна проверка на готовността да се приеме една нова стратегия за развитие на културата.

Първата част от изследването беше направена сред потребители на културен продукт по метода на анкетата (виж „Информационен бюлетин „Култура“ – брой 1 от 2005 г.) и отбеляза доста динамични промени в начина, по който се възприемат (и потребяват) културните продукти. Разликата в настоящото изследване, правено по метода на „пощенската анкета“ е, че адресати бяха хора, активни на полето на създаване на културни ценности. Голяма част от въпросите – най-вече в дефинирането на културните ценности или на структурата на потребление на такъв продукт – се припокриваха с тези, зададени на „публиката“. Трябва да се каже, че „публиката“ се оказва доста по-динамична в оценката си на това що е културна ценност. Но това не бива да ни изненадва, важно беше да се направи един преглед на очакванията на работещите в сектора на култура за възможните проблеми, които една бъдеща стратегия за развитие на културата трябва да разреши.

Броят на отговорилите на настоящата анкета със сигурност не дава пълна представа за „мнението на експертите“, но се очертават интересни нагласи по отношение визията за развитие на културния процес. Например времето на провеждане на анкетата съвпаднаше с подготовката на приемането на Закона за меценатството и от засиления медиен шум, очевидно вниманието на експертите се заостря към нуждата да се увеличи дялът на частното финансиране за културата. Година по-късно - ако знаеха, че резултатите от прилагането на закона се измерват в няколко десетки хиляди лева, вложени в културна продукция – едва ли щяха да са толкова ентузиазирани. Но това -между другото. Интересни са и изводите от начина, по който са възприемани устоите на българската култура в една неизбежна среща с глобализацията се културен поток – тук най-високи оценки събира нуждата от опазване на културното наследство. Не случайно на „подвеждащия въпрос“ кое заслужава по-сериозно финансиране: опазването на наследството или развитие на други сектори - като инвестиции в развитие на предприемаческа култура или земеделие, единствено укрепването на пътната инфраструктура печели повече благосклонност сред експертите.

Изследване на нагласите в културния процес

проучване сред заети в сферата на културата
по метода на пощенската анкета,
проведено в периода
17 август - 30 септември 2005 г,
398 анкетирани лица

НАЦИОНАЛЕН ЦЕНТЪР ЗА ИЗУЧАВАНЕ НА ОБЩЕСТВЕНТО МНЕНИЕ

Понятието „култура“ според културните дейци

Изследването се проведе сред културни дейци и хора, заети в различни сфери на културата по метода на пощенската анкета. В него взеха участие музиканти, художници, киноспециалисти, литератори, изкуствоведи, продуценти, галеристи, журналисти и др. Процентът на възвращаемост на анкетите е твърде висок за подобен вид анкетни проучвания, и това ни дава основание да смятаме, че хората взели участие в проучването са силно заинтересовани от състоянието на културата в България. Културата като цяло се възприема като изключително важен национален компонент от живота на всички българи и неотменна част от националната ни идентичност.

Данните от изследването ясно показват, че културните дейци възприемат културните ценности и продуктите на културата по един по-скоро консервативен и традиционен начин. Много от тях все още не са се приспособили напълно спрямо динамично развиващите се културни области в последните 10-15 години, не само в България, но и в глобален мащаб. Като културна ценност хората на културата възприемат най-вече традиционните културни артефакти от рода на етнографските музеи и комплекси, националните обичаи, архитектурата и т.н., като не отдават особено значение на съвременните, попкултурни продукти като Интернет, видеото и DVD, компютърните игри и развлекателния софтуер, модния и мебелния дизайн и други продукти, плод на чисто потребителски културни течения и изисквания.

Показателен е и фактът, че радиото е определяно като културна ценност доста по-често от телевизията. Вероятна причина за това е, че радиото е разпространено в България доста по-рано от телевизията, на която съответно се гледа като на модерен и потребителски продукт.

Нещо повече – девет от всеки десет анкетирани определят като „успешен“ онзи културен продукт, който е оценен от „времето“, при това на голяма дистанция от фактори като пазарен успех, успех в чужбина, оценка от критиката и медиите и т.н. Това отново показва, че занимаващите се с култура в България възприемат културата предимно през призмата на традициите.

При сравнение с резултатите от национално представително проучване на НЦИОМ идентичен въпрос отговорите на експертите почти се припокриват с отговорите на обикновените хора за това какво е „културна ценност“.

Това означава, че като цяло под културни продукти у нас се възприемат по-скоро продуктите на елитарната култура.

Ролята на държавата в културните сфери

Според културните дейци държавата заема основно място в грижата за съхранението и популяризирането на българската култура. Ролята на държавата е да се грижи и за опазването на културните ценности. Такова е мнението на повече от 3/4 от анкетиранияте културни дейатели. На второ място е посочена общинската власт, а едва на трето – самото общество.

Грижата за културата от страна на държавата трябва да се състои в държавно финансово обезпечаване на културните институции. Това би трябвало да се постига по няколко начина. Най-важната и нужна форма на държавна подкрепа (според 88% от анкетиранияте) е въвеждането на данъчни облекчения за меценатите (спонсори и дарители на културата). Масово споделяно е очакването, че подобна законова промяна би довела до много повече средства за културата, защото много фирми биха имали не само интерес, но и изгода от това да спонсорират културни прояви и институции.

Други често посочвани важни форми за подкрепа са: субсидия за издръжка на културните институти, капитална субсидия, проектна субсидия и др.

Най-непопулярни сред експертите са алтернативните инструменти на финансиране (лотария, фондове, кредити и гаранционни схеми), което още веднъж показва затвореността на гилдията към нововъведения и придържането изцяло към традициите.

Не е случайно, че културните дейци виждат ролята на държавата преди всичко под формата на субсидии и финансиране. Повече от половината от анкетиранияте културни дейци смятат, че най-големият проблем на българската култура в момента е финансовият.

Липсата на държавна политика и стратегия за развитието на културата също е сериозен проблем, според 1/4 от анкетиранияте експерти. Други 22% смятат, че причина за лошото състояние на културата в момента е неадекватната нормативна уредба.

Прави впечатление, че челната тройка от проблеми на културата изцяло зависят от държавата и държавната политика. Това означава, че могат (и трябва) да бъдат взети адекватни мерки, които да доведат до положителна промяна на състоянието на културата в България.

Немалък е и делът на експертите, които смятат, че основният проблем на културата у нас е девалвацията на духовните ценности, комерсиализацията и ниската духовна култура на обществото.

Също така не трябва да се пренебрегват и останалите проблеми, посочени от експертите: липса на реклама и пазар за културните продукти; липса на активна дейност от страна на действащите институции; остаряла материална база; липса на критерии за оценка на създадения продукт; липса на компетентни кадри; липса на интерес у аудиторията, липса на финансови възможности за мнозинството от хората, липса на мотивация за реализация и инициативност и т.н. - все неща, на които трябва да се обърне много сериозно внимание от страна на държавата и институциите, които могат да решат тези проблеми.

Културните дейци предлагат и някои конкретни мерки за разрешаване

на проблемите свързани с българската култура. Основните проблеми както вече споменахме са три – съществуващата нормативна база (наборът от закони), финансови затруднения и липсата на държавна подкрепа. Не на последно място е посочена необходимостта от организирането и създаването на национална културна стратегия.

Предлаганите конкретни мерки за разрешаването на тези проблеми са следните*:

Подобряване на нормативната база:

„Приемане на закон за меценатството и облекчения за дарители“ и „данъчни облекчения при дарения за културата“.

„Сформиране на комисии от професионалисти в сферата на културата, които да предложат законови промени и да изготвят предложения за поднормативни актове“

„Подобряване на законодателството или създаване на изцяло ново законодателна система, която отговаря на реалните нужди на културата в България“, „основно реформиране или създаване на нов ЗЗРК“

„Промяна на законодателството в диалог с всички заинтересовани страни“

„Приемане на закон за защита на българската култура“

„Приемане на нов закон за читалищата“

„Приемане на закон за развитие на културата“

„Действия за насърчаване на културното предприемачество“

Увеличаване на финансовата подкрепа от страна на държавата:

„Използване на интеграционните фондове на ЕС за култура“

„Повече средства от brutния вътрешен продукт за нуждите на културата“

„Фиксиране на бюджета за култура и реформа за съществуващата система за финансиране“

„Отпускане на повече средства за развитието на културата и опазването на културните ценности“

„Създаване на нови инструменти за финансиране“

„Преориентиране от финансиране на щатове към финансиране на културни дейности и културни продукти; конкурсно начало за получаване на субсидии“

„Намаляване на бюджетните издръжки и даване шанс на културните институти да се ползват с пазарни инструменти и да реализират собствена печалба“

„Заделяне на процент от приватизационните сделки за култура“

„Увеличаване на средствата за култура в държавните и общинските бюджети, за да има по-голяма възможност за осигуряване на безплатен достъп (*до културни продукти*)“

„Възможности за проектни субсидии“

Други интересни предложения:

„Да се развива културният туризъм“

„Да се спре разграбването на базите“

„Повишаване ролята на неправителствените организации в културния

процес“; „Създаване на инструменти за стимулиране на частния и нестопански сектор в културата“

„Промени в системата и насоките на организацията и управлението; съобразяване с пазарните механизми и потребностите на потребителите“

„Повишаване професионалната подготовка на кадрите“; „Обучение и квалификация на кадри от областта на културата“

„Оценка за ролята на културата в йерархията на професиите и за развитието на обществото“

„Нова рекламна стратегия у нас и в чужбина“; „Популяризиране на българските културни дейци и институции“

„Изваждането на културата от чистата политика и изграждане на национална стратегия на базата на професионален анализ от хора, менажиращи културният процес“; „Изготвяне на стратегия, но с участието на повече специалисти от цялата страна по отрасли и направления“; „Бързо и неотложно приемане на стратегия за развитието на българската култура и нейната финансова обезпеченост“

„Запознаване широката общественост с културните ни ценности и тяхното значение за националната ни идентичност“

„Да се обърне по-голямо внимание на културните процеси в провинцията, а не само в София“

„Комисиите за конкурси да бъдат съставени само от чужденци, за да бъде гарантирана обективност“

„Приобщаване на по-широки обществени слоеве за дискусии по проблемите на културата“

Отношение на културните дейци към изграждане на българска културна стратегия

Идеята за създаване на национална културна стратегия е възприемана положително. Всички участвали в изследването културни дейци са на мнение, че национална културна стратегия има приоритетно значение за развитието на българската култура и трябва да бъде дефинирана и приета във възможно най-кратки срокове.

Културата е изключително важна за нацията и националната идентичност и затова една културна стратегия трябва да е продукт не само на специалистите в областта на културата, но и на широката българска общественост.

Националната културна стратегия би оказала благоприятно влияние на българската култура в две посоки – организиране на културата и културните процеси вътре в страната и легитимиране на националната култура като цяло и българските културни продукти в световен мащаб.

На този фон много важен е въпросът как националната културна стратегия би повлияла културните продукти, културните дейатели и на пазарните механизми, засягащи продуктите на културата.

Отговорът на този въпрос отново нееднозначно показва важноста и неотложността от приемането на такава стратегия. Повече от 3/4 от анкетиранияте смятат, че културната стратегия ще доведе до повишаване на качеството на културните продукти, престижа на културните дейатели, условията за работа на културните дейатели; ще разшири пазара на изпълнителските изкуства, пазарните възможности на културните индустрии и пазарните

възможности за популяризирането на културното наследство. Т.е. масовото мнение е, че създаването на национална културна стратегия би повлияло благоприятно целия културен процес, което би повишило стойността на българската култура и би я направило част от световното културно наследство.

Структура на свободното време на културните дейци.

Предпочитани форми на занимания и отдых в свободното време.

Всеки десети работещ в сферата на културата се оплаква от липса на свободно време.

Останалите посочват най-разнообразни форми за отдых, обхващащи почти всички съществуващи културни мероприятия.

Най-разпространената форма на отдых за една трета (31%) от анкетираните е четенето на книги. Други 22% предпочитат да гледат телевизия или видео. Най-малък е дялът на посещаващите заведения и онези, които ходят на или приемат гости.

При изброяване на желаните занимания най-често посочвани са: посещение на театър (29%), посещение на музикално–сценични произведения (концерт, опера, балет) (26%), спорт (23%) и туризъм (26%).

Тези данни може да се сравнят с резултатите, получени от национално представително проучване сред населението. За страната дялът на хората запълващи свободното си време с гледане на телевизия е 57%, а този на четящите книги само 8% (за сравнение – тези проценти при културните дейци, както е посочено по-горе, са съответно 22 и 31). Разликата е впечатляваща. Причината определено не са само доходите, тъй като нищо не показва, че работещите на културния фронт получават доходи, повисоки от средните за страната.

От друга страна структурирането на свободното време преди всичко е въпрос на изградени лични предпочитания и навици.

Факт е, че финансите (или по-точно недостига им), е главният проблем както за създателите на културни продукти, така и за желаещите да получат достъп до тези продукти. В споменатото изследване сред населението личи явна липса на интерес към занимания, различни от гледането на телевизия сред българите, не работещи в сфери на културата.

Фактори за развиване на съществуващата и привличане на нова аудитория.

Девет от всеки десет анкетирани културни дейци определят семейството като най-важния фактор за развитие на съществуващата аудитория, що се отнася до културноисторическото наследство. Друг изключително важен фактор е дейността на културните институции (78%). Самите творци са важен фактор, според 68% от респондентите. Приблизително еднаква тежест имат средното образование (68%) и медиите (67%).

На база получените данни може да бъде направен следният извод: *формирането на отношение, интерес и преценка за стойността на даден културен продукт трябва да бъде част от общите усилия на родителите и образователната система, подкрепяни от културните институции.*

Като най-маловажни фактори са посочени религиозните институции и развлекателната индустрия. Явно, според културните дейци, развлекател-

ната индустрия не предоставя продукти с достатъчно висока културна стойност.

За привличането на нова аудитория в областта на културноисторическото наследство семейството отново е на челно място според 73% от анкетираните. Ролята на културните институции е важна според близо 80% от респондентите. Значимостта на медиите нараства като фактор и достига 76%, когато става дума за привличане на нова аудитория. След това с приблизително еднаква тежест са оценени приятелската среда, средното образование и творците.

Стигаме до извода, че вината за липсата на интерес у аудиторията пада основно върху семейната среда и културните институции. Второто място е поделено между медиите, средното училище и самите творци. *Високият дял респонденти определили творците като важен фактор, доказва колко динамично се развиват културните процеси и колко е трудно за един културен продукт да устои проверката на времето.*

Същите въпроси, зададени относно съвременното изкуство, показват съществени разлики във възгледите. На преден план са поставени творците със 79% от анкетираните, оценяващи ги като важни за развитието на съществуващата аудитория. Според близо осем от всеки десет анкетирани, те имат същото голямо значение и за привличането на нова аудитория. Относно развиване на съществуващата публика, следващите определяни най-често за важни фактори са културните институции, семейството, медиите и приятелската среда. Когато става дума за привличане на нова аудитория, медиите и творците са оценени като важни от равен дял респонденти. От медиите зависи в най-голяма степен дали едно произведение на съвременната култура ще достигне до своя адресат и дали въобще ще получи шанс за това.

И при отговорите на този въпрос е омаловажена ролята на религиозните институции. Според едва 13% от респондентите религията е важна за развитието на вече изградената аудитория, за 15% същото важи за привличането на нова публика.

Така очертахме и двете основни специфични задачи, пред които са изправени хората на културата. На първо място, е необходимо повишаване атрактивността на културните продукти, а на второ - медиите трябва да бъдат привлечени в национална кампания, популяризираща и рекламираща новосъздадените културни произведения. И всичко това, според анкетираните, трябва да стане с помощта на културните институции. Не може да се пропуснат и наболелите финансови проблеми, но те присъстват във всяка една сфера на живота и далеч не са характерни само за областта на културата.

1.С какво най-често се занимавате в свободното си време?

Чета книга	31.1%
Гледам телевизия или видео	22.4%
Нямам свободно време	9.7%
Рисувам, пея, свиря или пиша	6.6%
Слушам музика	4.6%
Занимавам се с туризъм	3.8%
Спортувам	3.3%
Ходя на театър	3.1%
Сърфирам в Интернет	3.1%
Ходя на концерт, опера или балет	2.6%
Друго	2.6%
Ходя на кино	2.3%
Посещавам изложба или музей	2.3%
Ходя на заведение	1.3%
Ходя на гости или приемам гости	1.3%
Общо	100.0%

2.С какво друго бихте искали да се занимавате през свободното си време?

Да ходя на театър	28.7%
Да чета книга	27.4%
Да се занимавам с туризъм	26.7%
Да ходя на концерт, опера или балет	25.4%
Да спортувам	23.3%
Да ходя на кино	13.3%
Да слушам музика	12.6%
Да посещавам изложба или музей	12.3%
Да рисувам, пея, свиря или пиша	12.3%
Да гледам телевизия или видео	11.3%
Да ходя на гости или приемам гости	10.0%
Да сърфирам в Интернет	7.7%
Нямам свободно време	4.4%
Да ходя на заведение	4.1%

3а. Според вас в началните училища трябва да се отделят повече време и ресурси на:

Чужди езици	68.2%
Български език и литература	64.6%
Музика	61.1%
Физическо възпитание	60.6%
Народни песни и танци	56.7%
Изобразително изкуство	53.2%
Компютърно обучение	47.8%
История и обществени науки	26.0%
Математика и точни науки	24.7%
Физика и природни науки	10.2%
Не мога да преценя	1.5%

3б. Според вас в средните училища трябва да се отделят повече време и ресурси на:

Чужди езици	80.4%
Компютърно обучение	75.0%
Български език и литература	69.6%
История и обществени науки	63.0%
Физическо възпитание	51.8%
Музика	45.7%
Математика и точни науки	40.8%
Изобразително изкуство	40.1%
Народни песни и танци	37.2%
Физика и природни науки	33.4%
Не мога да преценя	1.5%

4а. Кое, според Вас, развива съществуващата аудитория в областта на КУЛТУРНОИСТОРИЧЕСКОТО НАСЛЕДСТВО?

	важно	не особено важно	изобщо не е важно	не мога да преценя	общо
Семейството	89.6%	8.0%	2.1%	0.3%	100.0%
Приятелската среда	56.9%	38.6%	2.2%	2.2%	100.0%
Средното образование	67.6%	27.2%	4.4%	0.8%	100.0%
Висшето образование	57.8%	33.8%	7.0%	1.4%	100.0%
Медиите	67.4%	25.4%	4.7%	2.5%	100.0%
Индустрията за развлечение	24.8%	36.5%	29.1%	9.7%	100.0%
Културните институции и организации	78.1%	14.7%	5.1%	2.1%	100.0%
Неправителствени организации	29.6%	40.7%	18.2%	11.4%	100.0%
Творците	69.5%	22.5%	5.2%	2.7%	100.0%
Доходите	43.1%	37.4%	16.8%	2.7%	100.0%
Традиционните религиозни институции	27.1%	40.0%	24.0%	8.9%	100.0%
Туризмът	53.3%	31.3%	9.9%	5.5%	100.0%
Друг	51.8%			48.2%	100.0%

4б. Кое, според Вас, формира/ привлича нова аудитория областта на КУЛТУРНОИСТОРИЧЕСКОТО НАСЛЕДСТВО?

	важно	не особено важно	изобщо не е важно	не мога да преценя	общо
Семейството	73.1%	19.0%	5.3%	2.5%	100.0%
Приятелската среда	69.4%	25.8%	3.4%	1.4%	100.0%
Средното образование	70.1%	24.4%	4.4%	1.1%	100.0%
Висшето образование	62.7%	28.7%	6.1%	2.5%	100.0%
Медиите	76.8%	17.8%	4.1%	1.4%	100.0%
Индустрията за развлечение	33.9%	32.2%	24.0%	9.9%	100.0%
Културните институции и организации	79.3%	13.1%	5.4%	2.2%	100.0%
Неправителствени организации	31.0%	38.6%	15.9%	14.5%	100.0%
Творците	67.7%	22.2%	5.9%	4.2%	100.0%
Доходите	42.0%	36.3%	16.6%	5.1%	100.0%
Традиционните религиозни институции	28.5%	36.9%	23.5%	11.2%	100.0%
Туризмът	61.3%	23.2%	9.4%	6.1%	100.0%
Друг	44.0%		2.0%	54.0%	100.0%

5а. Кое, според Вас, развива съществуващата аудитория в областта на СЪВРЕМЕННИТЕ ИЗКУСТВА?

	важно	не особено важно	изобщо не е важно	не мога да преценя	общо
Семейството	71.3%	23.9%	3.7%	1.1%	100.0%
Приятелската среда	65.3%	31.7%	1.1%	1.9%	100.0%
Средното образование	50.1%	38.2%	8.9%	2.7%	100.0%
Висшето образование	57.0%	33.8%	6.2%	3.0%	100.0%
Медиите	69.8%	23.6%	5.0%	1.6%	100.0%
Индустрията за развлечение	34.0%	31.8%	27.1%	7.1%	100.0%
Културните институции и организации	74.3%	21.0%	3.9%	0.8%	100.0%
Неправителствени организации	27.3%	43.0%	17.9%	11.8%	100.0%
Творците	79.9%	15.8%	2.1%	2.1%	100.0%
Доходите	42.0%	36.6%	15.4%	6.0%	100.0%
Традиционните религиозни институции	12.7%	35.8%	40.5%	11.0%	100.0%
Туризмът	34.0%	39.0%	18.0%	9.1%	100.0%
Друг	44.4%			55.6%	100.0%

5б. Кое, според Вас, формира/привлича нова аудитория в областта на СЪВРЕМЕННИТЕ ИЗКУСТВА?

	важно	не особено важно	изобщо не е важно	не мога да преценя	общо
Семейството	64.9%	23.3%	8.4%	3.4%	100.0%
Приятелската среда	72.4%	24.6%	1.4%	1.6%	100.0%
Средното образование	55.7%	34.5%	6.7%	3.1%	100.0%
Висшето образование	57.9%	33.0%	5.5%	3.6%	100.0%
Медиите	75.2%	18.6%	4.6%	1.6%	100.0%
Индустрията за развлечение	41.4%	26.9%	23.9%	7.8%	100.0%
Културните институции и организации	75.5%	19.0%	4.4%	1.1%	100.0%
Неправителствени организации	30.9%	40.1%	16.3%	12.7%	100.0%
Творците	78.2%	16.9%	2.8%	2.2%	100.0%
Доходите	42.8%	35.9%	15.5%	5.8%	100.0%
Традиционните религиозни институции	14.2%	34.6%	39.4%	11.7%	100.0%
Туризмът	40.8%	32.7%	17.6%	8.9%	100.0%
Друг	39.0%	3.4%		57.6%	100.0%

6.Кои, според Вас, са най-важните форми на подкрепа, които държавните и общински институции трябва да оказват за създаването на културни продукти и услуги?

	важно	не особено важно	изобщо не е важно	не мога да преценя	общо
Капитална субсидия	80.4%	13.4%	1.6%	4.7%	100.0%
Субсидия за издръжка на културните институти	86.0%	12.4%	1.0%	0.5%	100.0%
Проектна субсидия	76.5%	19.0%	1.3%	3.2%	100.0%
Алтернативни инструменти за финансиране (лотария, фондове, кредити и гаранционни схеми)	35.3%	48.5%	6.9%	9.3%	100.0%
Данъчни облекчения за спонсори и дарители	88.0%	10.2%	1.5%	0.3%	100.0%
Индивидуални стипендии за творци	65.9%	27.1%	5.2%	1.8%	100.0%
Предоставяне на условия за работа (ателиета, галерии, студия, техника)	68.2%	25.0%	2.9%	3.9%	100.0%
Информация и консултации	54.0%	36.4%	7.2%	2.4%	100.0%
Маркетингови проекти за популяризиране на българската култура	76.2%	18.5%	1.8%	3.4%	100.0%
Издания и публикации	70.7%	26.2%	2.1%	1.0%	100.0%
Престижни проекти в чужбина	69.5%	23.6%	2.4%	4.5%	100.0%
Друго	40.9%	4.5%	1.5%	53.0%	100.0%

7.Според вас културна ценност ли е:

	да	не	не мога да преценя	общо
Духовата музика	77.9%	11.2%	10.9%	100.0%
Поп-фолк музиката	9.4%	80.9%	9.7%	100.0%
Телевизията	57.9%	31.3%	10.9%	100.0%
Радиото	64.9%	23.8%	11.4%	100.0%
Видеото или DVD	40.8%	42.9%	16.3%	100.0%
Интернет	52.5%	33.2%	14.3%	100.0%
Компютърните игри и развлекателен софтуер	11.1%	78.9%	10.0%	100.0%
Етнографските музеи и комплекси	96.9%	1.0%	2.0%	100.0%
Националните обичаи	96.2%	1.8%	2.0%	100.0%
Архитектурата	96.4%	1.0%	2.6%	100.0%
Природните забележителности	73.1%	18.5%	8.5%	100.0%
Модният дизайн (облекло)	37.2%	46.6%	16.1%	100.0%
Мебелният дизайн	40.8%	40.8%	18.4%	100.0%
Националната кухня	52.2%	30.7%	17.1%	100.0%
Антиквариатът	64.7%	14.1%	21.2%	100.0%

8. Какъв културен продукт бихте определили като „успешен“?

Продукт, който е оценен от „времето“	87.3%
Продукт, който има успех в чужбина	58.9%
Продукт, който има популярност сред широката аудитория	58.6%
Продукт, който има спечелени награди	57.4%
Продукт, който има пазарен успех	50.5%
Собственото творческо удовлетворение от продукта	48.7%
Продукт, който има популярност сред гилдията	44.7%
Продукт, който с висока оценка от страна на критиката	41.4%
Продукт, който има популярност в медиите	30.2%
Друго	3.0%

9. Кои, според Вас, са най-важните цели на „Стратегия за развитието на българската културата“?

	важно	не особено важно	изобщо не е важно	не мога да преценя	общо
Промяна на закони (за културата, читалищата, музеите и паметниците на културата, за авторските права и културните индустрии)	84.8%	12.1%	0.5%	2.6%	100.0%
Засилване ролята на образованието като фактор за популяризиране на културата	88.5%	10.5%		1.0%	100.0%
Финансиране за проекти за популяризиране на българската култура	89.1%	9.6%	0.8%	0.5%	100.0%
Нови инструменти за финансиране (арт-лотария, фондове, кредити и гаранционни схеми)	49.5%	38.8%	4.0%	7.7%	100.0%
Подобряване на материалната база на културните институти	90.1%	9.2%	0.3%	0.5%	100.0%
Друго	55.8%	5.8%	1.9%	36.5%	100.0%

10. Как национална културна стратегия би повлияла на:

	ще се повиши	ще остане без промяна	ще се влоши	не мога да преценя	общо
Качеството на културните продукти	83.5%	11.2%	0.3%	5.1%	100.0%
Признанието на публиката за културните продукти	69.7%	20.2%	0.3%	9.8%	100.0%
Цената на културните продукти	52.0%	25.1%	1.0%	21.9%	100.0%

11. Ако бъде създадена успешна национална културна стратегия, как според Вас, тя би повлияла на:

	ще се повиши	ще остане без промяна	ще се влоши	не мога да преценя	общо
Престижа на професията на културните дейатели	87.5%	10.2%		2.3%	100.0%
Условия за работа на културните дейатели	86.8%	10.2%		3.1%	100.0%
Социалните условия за културните дейатели	74.7%	17.0%	0.3%	8.0%	100.0%

12. Ако бъде създадена успешна национална културна стратегия, как според Вас, тя би повлияла на:

	ще се разширява	ще остане без промяна	ще се стеснява	не мога да преценя	общо
пазара на изпълнителските изкуства	80.8%	11.3%	0.8%	7.2%	100.0%
пазарните възможности на културните индустрии	78.0%	11.9%	0.5%	9.6%	100.0%
пазарните възможности за популяризирането на културното наследство	89.5%	4.3%		6.1%	100.0%

13. Каква, според Вас трябва да бъде ролята на държавата, определена от културната стратегия:

	да	не	не мога да преценя	общо
Държавата да развива партньорство с всички участници в процеса	82.8%	10.8%	6.4%	100.0%
Държавата да развива законодателството (закони засягащи българската култура)	97.4%	0.3%	2.3%	100.0%
Държавата да се грижи за финансирането на културни проекти	82.2%	11.9%	5.9%	100.0%
Държавата да осигурява равен достъп до култура за всички граждани	83.9%	7.9%	8.2%	100.0%

14. Какво бихте предложили да съдържа една стратегия за развитието на българската култура?

Финансова подкрепа (фондове за творците с национално значение)	24.2%
Стратегия за популяризиране, съхранение и развитие на българската култура	19.4%
Визия за развитие на културните институции; програмно и междуинституционално взаимодействие (държавна отговорност)	16.8%
Съвременна нормативна уредба	15.6%
Опазване и съхранение на културното наследство	12.2%
Форми и средства за създаване на културни продукти	10.5%
Приемане на закон за данъчни облекчения за спонсори и дарители	8.2%
Обучение и квалификация на кадри	7.4%
Проект за перспективите, крайната цел, наличие на обратна връзка и контрол	6.6%
Обвързване на култура и образование	5.9%
Конкурсно начало (проектен принцип)	4.3%
Подобряване материалната база на културните институти	4.1%
Стратегия за международна дейност	3.1%
Високи художествени и професионални критерии	3.1%
Опит на напреднали страни	2.8%
Са се изработи с помощта на творчески и научни съюзи (експерти)	2.0%
Структурна реформа	1.5%
Правилно разпределение на субсидиите за култура	0.8%
Да се отдели Министерството на културата от туризма	0.3%
Децентрализация	0.3%
Създаване на регионални структури за финансиране и оценка на културната дейност	0.3%
Не мога да преценя	3.1%
Без отговор	20.4%

15. Според Вас, кои културни институти трябва бъдат на държавна издръжка?

Националните (като Народен театър „Ив.Вазов“, Народна Опера, Народната библиотека, Националната филмотека, Националната художествена галерия)	52.3%
Всички публични културни институти	42.4%
Друго	5.3%
общо	100.0%

16. На какъв принцип, според Вас, трябва да се определя държавна подкрепа за държавните институти?

На база успехи от предишни сезони - (брой зрители, получени награди, мнение на професионалната общност)	10.9%
На база защитен проект за бъдещ период;	12.0%
Комбинация от двете;	72.5%
Друго	3.8%
Не трябва да има държавна подкрепа	0.8%
общо	100.0%

17. За какъв период от време трябва да бъде давана държавна подкрепа на културен институт?

За една година	11.6%
За период от три години, при защитена програма за работа	53.7%
За изпълнение на конкретен проект	28.9%
Друго	5.8%
общо	100.0%

18. Според вас, чия грижа трябва да бъде съхранението на културните ценности в България?

Държавата	77.3%
Общинска (местна) власт	34.0%
Обществото	24.2%
Културни институти	23.4%
Министерство на културата	11.6%
Неправителствени организации	8.6%
Музеи, галерии, читалища, библиотеки	5.8%
На частни лица и организации	3.8%
На самите творци	3.0%
Меценати, спонсори	2.8%
Обществените медии (БНТ, БНР)	1.8%
Бизнеса	1.0%
Реставратори	0.3%
Международните институти	0.3%
Не мога да преценя	0.5%
Без отговор	4.5%

19. Според Вас, кои са най-големите проблеми на българската култура в момента?

Финансови	51.9%
Липса на държавна политика и стратегия за развитие на културата	26.3%
Нормативна база	22.3%
Девалвация на духовните ценности (комерсиализация, ниска обща култура на обществото)	18.2%
Липса на реклама и пазар за културните продукти	9.4%
Липса на активна дейност от страна на действащите институции	9.1%
Материална база (остаряла)	8.9%
Липса на критерии за оценка на създадения продукт	8.1%
Липса на компетентни кадри	6.6%
Липса на интерес у аудиторията (безразличие, апатия)	6.6%
Липса на финансови възможности у мнозинството от хората	5.6%
Липса на мотивация за реализация и инициативност	4.6%
Безотговорни медии (слабо отразяване; лансиране на посредственост)	3.8%
Липса на целенасочена работа с младите и децата	3.5%
Съхранение и опазване на културното наследство	3.0%
Необвързване на образование с култура	2.0%
Неправилно разпределение на субсидиите	2.0%
Централизацията	1.8%
Корупция	1.3%
Не мога да преценя	0.5%
Без отговор	6.6%

20. Какви стъпки трябва да бъдат предприети за разрешаването на тези проблеми?

Подобряване на нормативната база	38.2%
Увеличаване на финансовата подкрепа	33.1%
Държавна подкрепа и национална стратегия	26.7%
Издигане ролята на културата и духовните ценности	9.0%
Разпространение, реклама и медийно отразяване на културните	8.7%
Обучение и квалификация на кадри	8.5%
Ролята на семейството и училището	7.7%
Създаване на експертни национални комисии, ангажиране на всички творчески съюзи и организации	6.9%
Правилно разпределение на субсидиите	4.4%
Материално осигуряване	4.1%
Високи критерии за оценка на създадените културни продукти	4.1%
Опита на други държави, съобразен с нашите условия и изискванията на ЕС	2.8%
Опазване на културното наследство	2.6%
Инициативност от страна на творците	2.3%
Децентрализация	2.1%
Промяна в отношението на медиите (популяризация на стойностни продукти)	1.8%
Структурна реформа	1.5%
Реорганизация на културните институти	1.0%
Ангажиране на неправителствени организации	0.8%
Не мога да преценя	3.1%
Без отговор	15.4%

21. Ако от вас зависи да разпределите 1 млн. лева в една от следните сфери, коя от тях бихте избрали:

Реставрация на паметници на културата	65.2%
Пенсии и социални помощи	34.8%
Общо	100.0%

Субсидии за развитието на дребния и средния бизнес	41.9%
Реставрация на паметници на културата	58.1%
Общо	100.0%

Фестивали на българска народна музика	92.9%
Попфолк фестивали	7.1%
Общо	100.0%

Попфолк фестивали	11.4%
Фестивали на българска рок и попмузика	88.6%
Общо	100.0%

Развитие на етнографски комплекси (като Етъра)	45.8%
Развитие на националната пътна мрежа	54.2%
Общо	100.0%

Субсидии за земеделието	47.4%
Развитие на етнографски комплекси (като Етъра)	52.6%
Общо	100.0%

* Приложените конкретни мерки са цитирани дословно мнения на участниците в анкетата.

Пол:	
Мъж	50.1%
Жена	49.9%
Общо	100.0%

Възраст	
От 18 до 29 години	7.9%
От 30 до 39 години	17.4%
От 40 до 49 години	28.5%
От 50 до 59 години	30.0%
60 и повече години	16.2%
Общо	100.0%

Образование:	
Висше	86.6%
Полувисше	3.5%
Средно	9.3%
Основно	0.5%
Общо	100.0%

В какъв сектор сте зает?	
Държавен	74.1%
Частен	25.9%
Общо	100.0%

Вашата професия и занимание	
Друга	26.8%
Преподавател	18.4%
Музикант	14.9%
Художник	10.1%
Мениджър на културен институт	8.3%
Кино-специалист	8.1%
Литератор	7.3%
Журналист	7.3%
Медии	6.3%
Музеен специалист	5.6%
Артист	4.0%
Библиотекар	4.0%
Изпълнител	3.5%
Изкуствовед	3.3%
Продуцент	2.8%
Консултант	2.8%
Архитект	2.5%
Археолог	1.5%
Галерист	1.5%
Проектант	1.3%
Компютърен специалист	1.0%
Рекламен бизнес	0.8%
Търговия с произведения на изкуството	0.5%
Реставратор	0.3%

Профил на културния мениджър / предприемач в България или изкуството да управляваш*

ДОЦ. БИЛЯНА ТОМОВА

I. ОСОБЕНОСТИ НА ТРУДА И ЗАЕТОСТТА В КУЛТУРАТА

Трудът в изкуствата и културата има *специфични характеристики*, отражение на уникалността на продукта, който създава.

- *Неговият дял* е много висок в крайната стойност на културните стоки и услуги. Така например при сценичните изкуства разходите за труд заемат до 70-75 %, и то в условия на почти нулева заменяемост между труд и капитал.¹ При културните индустрии пропорцията е обрната - до 30% труд към 70% капитал. Това определя възможността за тяхната взаимозаменяемост и бързото навлизане на нови технологии и ефекти, което им дава и по-добра пазарна адаптираност.

- Пазарът на труда в изкуствата и културата страда от силен *информационен дефицит*. Незадоволителен е не само обхватът, но и качеството на информацията и проучванията, които често се съобразяват с нуждите на поръчителя. *Емпиричните проучвания относно арт мениджърите са почти бяло поле*. Спорадичните европейски изследвания в областта са посветени най-често на размера на културния пазар и на неговите *базисни характеристики*, като едно от последните от тях включва и България, като бъдеща страна член на ЕС – таблица 1.²

ТАБЛИЦА 1

Заети в културата - основни характеристики (в проценти)

Критерии	ЕС		България	
	Общо заети	Заети в културата	Общо заети	Заети в културата
Пазар на труда	4 164 300	(2,5%)	50 500	(2,1%)
Висше образование	24	40	28	54
Частична заетост (непълн работен ден)	17	25	2	7
Само наети	14	29	10	12

Източник: Cultural Employment in Europe, Eurostat, 2004/68

- *Уникалността или т.нар. абсолютна диверсификация на артистичния продукт* е условие за гъвкавост на заетостта в сектора. Ето защо, тук

* Материалът представлява анализ на резултатите от емпирично социологическо изследване на тема „Професионален профил на културния мениджър/предприемач в България“, проведено през март-април 2006 г. по поръчка на Асоциация на културните мениджъри в България и осъществено с финансовата подкрепа на Институт „Отворено общество“ – София. Публикуван е в сп. «Икономика».

пазарът на труда е в много по-голяма степен нестабилен (особено в частния сектор). Временната заетост, договорите на проектна основа и дейността на няколко места създават динамична среда, далеч от атмосферата на класическия пазар на труда. Тази видимо по-ниска социална сигурност поражда очаквания за специфична законодателна защита на артистичния труд, но засега единици са страните, създали цялостна система за закрила на съсловието (напр. Франция, Холандия, Австралия).

- На пазара на творческия труд *името, репутацията* изграждат в значително по-голяма степен кариерата в сравнение с дипломата. Тази поредна особеност води до навлизането на много потенциални творци, което създава свръхпредлагане (предлагане, надвишаващо търсенето).³ Въпреки че, в културата и изкуствата заетите с висше образование са два пъти повече, отколкото е средният процент при общата заетост (таблица 1), тази двойствена оценка на образованието се е наложила.

- Горните характеристики показват, че на този пазар на труда, *барьерите за влизане са ниски, но е трудно задържането в него*. На това поприще малцина имат свръхвисоки монополни печалби (заплащанията на звездите), а мнозинството, привлечено от съвременните митове, се задоволява със средна норма на печалба, и то непостоянна във времето. Подобни условия определят пазара на *труда в изкуствата и културата като монополистичен*⁴.

- Делът на *самонаетите* на този пазар е по-висок от средния за пазара на труда (таблица 1). Факт, обясняващ и много големия брой на микрокомпаниите в сектора⁵, а те в епохата на дигитализацията ще се роят с нарастваща скорост особено в културните индустрии. Според някои изследователи при тези специфични условия *възниква и „нов тип работодател“* – извън модела на професионалиста на пълно работно време, синтезиращ елементи, както от класическия предприемач, така и от визията за „наемния“ културен работник.⁶

Характеристиките на този трудов пазар - твърде гъвкав и нестабилен, засягат не само продукта/ услугата, която се създава, но и съществуването на културната организация. Нейното устойчиво развитие зависи, както от качеството на творческия продукт и неговото приемане от аудиторията, така и от балансираността на организационния бюджет. Трудната реалност, потвърждава, че културното производство се нуждае от *сериозен мениджмънт - артистичен и административен*.

II. Разпознаване на културния мениджър в „Национална класификация на професиите и длъжностите“

„Пазарът на труда в областта на културата се състои от два обособени типа професии: артистични професии и неартистични. Те са с различна йерархия, образование, възможности за прогрес, критерии за успех и модели на заетост.“⁷

Какъв е размерът на този пазар и каква е позицията на арт мениджърите?

Няма единно мнение относно размера на културния пазар в ЕС - *цифрите зависят изцяло от използваните дефиниции и се простират от 4,2 млн. до 7,2 млн. заети в културния сектор*, като статистиката не отделя в своите про-

учвания културния работник от мениджъра.⁸

Дефинирането на категориите (професии и дейности) в културата и изкуствата се оказва основен методологичен проблем. Нестандартната форма на заетост в културата води и до неконвенционален пазар на труда. Много изследователи по света отбелязват трудността при определяне периметъра на културните дейности и професионалните категории. Този проблем особено ясно се очертава, когато трябва да *дефинираме категорията „културен мениджър, администратор, предприемач.“*

В българската „Национална класификация на професиите и длъжностите“, в сила от 2006 година, не може да бъде намерена длъжността „културен мениджър или културен предприемач“⁹. Това е обяснимо, като се има предвид, че тази категория обединява твърде много и разнородни функции, задачи, нива на управление. Но класификацията на професиите и длъжностите е отворена система, която може да бъде допълвана и изменяна съобразно с развитието на стопанството и обществото. *Информацията за заетите в областта на културата може да се открие на няколко места в класификатора:*

1) От една страна включва *професии, длъжности и дейности, които са само творчески/ артистични* – артисти, музейни работници, скулптори, художници и сродни на тях, библиотекари, архитекти, хореографи, балетисти, писатели и т.н. Тези професии и съответните им длъжности са обединение в „Клас 2“. Това най-общо агрегиране е на основата на сходствата на изпълняваните длъжности и изискващото се за тях образование. Всички те са обединени като а) „артистични и творчески дейности“, б) „дейности на библиотеки, музеи, галерии и архиви“, в) „издателска дейност“ и г) „други дейности, свързани със свободното време, неklasифицирани другаде“.

2) Класификацията също така включва и *длъжности, които са част от културния сектор, но не са творчески, а управленски*¹⁰. Тях можем да разпознаем в „Клас 1“ и в *длъжностни наименования* като – а) „ръководители в търговски дружества и други организации“ (тук са директорите и заместник директорите на театри, библиотеки и други организации с културни дейности като галерии, опери, филхармонии, телевизии, радиа, както и продуцентите), б) „ръководители на организации с нестопанска цел“, в) „ръководители на производствени и оперативни звена, неklasифицирани другаде“ (тук са ръководител на отдел в културните дейности, сценичен управител), г) „управители на малки и средни предприятия, неklasифицирани другаде“ (тук са управители, културни дейности), д) „ръководни служители в общинската администрация“, (тук са началник отдел и началник сектор, община).

Относно дейностите в областта на културата в тази класификация често се среща терминът „неklasифицирани другаде“. Това не е израз на пренебрежение към сектора, а отражение на факта, че в културата и изкуствата мениджърските длъжности са многофункционални и натоварени със задачи и изисквания от различно ниво. Това разнообразие, както и уникалността на конкретните трудови дейности в различните видове изкуства, културни индустрии и индустрии за забавления прави общата им категоризация трудна. Всяка страна има своя класификация относно професиите и дейностите, а като *доказан инструмент за международни сравнения се използва ISCO (International Standard Classification of Occupation)*. Там са типологизирани професионални дейности с културни измерения. Въпреки всички трудности и ограничения тези класификации са работещи, а и засега са единствените инструменти, които дават възможност за обща статистика, сравними изследвания и наблюдения за

трудовия пазар в културния сектор на различните страни.

Оскъдността на данните относно българския пазар на труда в културата, както и липсата на информация и изследвания относно арт мениджърите е една от причините Асоциацията на културните мениджъри да осъществи проекта „Профил на културните мениджъри в България.“

III. Цел и методология на проекта

Проучването „Профил на културния мениджър/ предприемач в България“ се проведе през март-април 2006 г. и е първо по рода си в страната. Стремехът бе да се разкрият и анализират *ключовите характеристики в професионалния, организационния и социалния статус на мениджърите*. Анкетата – оригинален структуриран въпросник, експертен по типология, обхвана 114 арт мениджъри от 22 населени места, което дава широкопредставителен характер¹¹. Над половината от анкетираните (53%) са от София, почти 15% от Пловдив, останалите покриват цялата територия на страната, като преобладават големите градски центрове. Концентрацията на изкуствата и културните организации в големите инфраструктурни центрове е универсална тенденция, като нивото ѝ варира при отделните артистични форми в зависимост от: минимално ефективния мащаб на производството, единното време за производство и потребление при живите изкуства, степента на урбанизация, държавните субсидии и стремежа към намаляване на постоянните организационни разходи.¹²

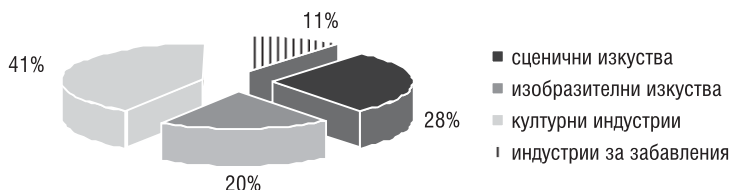
Възрастовото разпределение на реципиентите е показателно: почти 70% от тях са в най-продуктивната фаза на кариерата – между 35 и 55 години, 18% са до 34 г., а над 55 години са 12% от анкетираните.

За целите на анализа бяха дефинирани *три основни гнезда според подсектора на анкетираните мениджъри* – изкуства (сценични и изобразителни), културни индустрии и индустрии за забавления. Стремехът бе да се обхванат специфични характеристики по подсектори. Това стана отчасти възможно, като основно ограничение за корелационния анализ в тази посока е обхватът на изследването¹³ (фиг. 1).

В световен мащаб се отбелязва нарастване *броя на жените* в културния сектор, като мъжете все още доминират на по-високите и престижни позиции, особено при управлението на частния сектор в културните индустрии и медиите¹⁴. Така ли е при нас?

В коя под област/подсектор е вашата организация? (в %)*

Фигура 1



***Бележка:** Сборът в тази фигура (както и в следващите) надхвърля 100%, защото 26% от анкетираните са дали повече от един отговор, т.е. техните културни организации развиват дейност в повече от един сектор. Изключение тук са държавните сценични организации, докато една продуцентска къща, например, може да покрие с дейността си почти всички подсектори в културата.

Професията „културен мениджър“ се оказва феминизирана в България. Като усреднен показател, от нежния пол са 61% от анкетираните, а 39% са мъжете, като от тях половината са заети в държавния културен сектор. Жените са настроени по-рисково – само 32% от тях са в държавни организации. Делът на жените мениджъри варира в различните подсектори – максимален е в изкуствата (61:39), а намалява в културните индустрии (50:50) и в индустриите за забавления (43:57).

IV. преглед на основните резултати от проучването.

A. Професионален статус

1. Кой е арт мениджър в България?

Професионалист в областта на арт мениджмънта е този, който има дълъг стаж и опит - за 85% от запитаните, и изкарва прехраната си от тази професия – приемат 74%. Това са двете водещи характеристики, а значението на дипломата и заплатата, получавана от мениджърска длъжност, са оценени многократно по-ниско – съответно с 18% и 12% от мненията. Анкетираните са изключително прагматично настроени и това не е отражение от собственото им ниво на образование. Напротив - 92% от тях са с висше образование, а половината имат и специализация в областта на арт мениджмънта, но над 30% от тях или нямат длъжностна характеристика, или тя не се припокрива с реално извършваната мениджърска дейност. Тези факти обясняват избраните показатели за професионализъм. Липсата на длъжностна характеристика е типична за частния сектор в културата – това са 84% от всички мениджъри, работещи без писани критерии за длъжността.

2. Функции и умения, изискващи се от културния мениджър/ предприемач.

Културният мениджър/ предприемач в България се очертава като „човек-оркестър“ – той има многобройни и твърде разнообразни функции и задължения – фиг. 2.

Като базисни се очертават планирането (за 66% от анкетираните), маркетингът (57%) и търсенето на алтернативни средства (53%). Маркетингът и търсенето на финансови източници се оказват особено важни за културните индустрии, където добрият маркетинг е част от дистрибуцията на продукта, а проектният принцип на дейност е далеч от сигурността на субсидираната организация.

Като втора по важност група се очертават функциите по управление на творческия процес (48%), финансовият мениджмънт (42%) и управлението на персонала (42%). Те се оказват с по-голяма тежест в държавния сектор и особено в сценичните организации.

Фигура 2

Кои от изброените функции отговарят на вашите задължения?

66	Планиране и развитие на организацията
57	Маркетинг и връзки с обществеността
53	Търсене на алтернативни средства
48	управление и координация на творческия процес
42	финансов мениджмънт
41	управление на персонала
39	координационни функции

21	управление на техническата част
18	член на управителния съвет
13	друго

Самите мениджъри обаче оценяват като най-важни за тяхната длъжност-*творческите умения* и генерирането на идеи – 90% от анкетираните. Те са следвани с почти еднакъв процент от предприемаческите и административни умения – 72%. Много по-ниско в йерархията са образователните (11%) и техническите умения (10%) – фиг. 3.

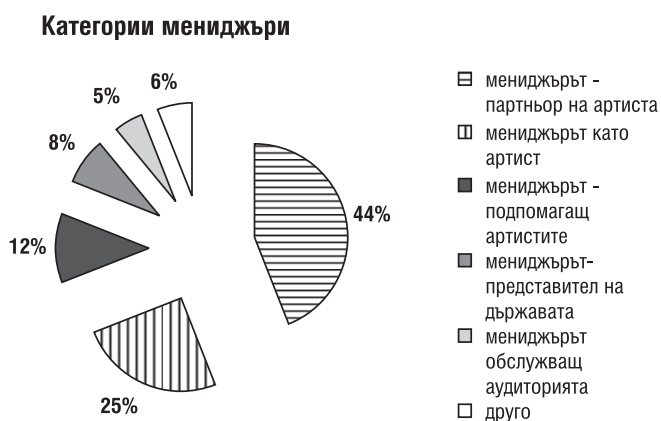
Фигура 3



3. Категории мениджъри – самоопределяне?

Управлението на една творческа организация е свързано с разнообразни задачи и умения. Джон Пик, английски икономист и мениджър, дефинира *основните категории мениджъри* в изкуствата, които в практиката най-често са комбинирани. Като водещи отговори на въпроса „В коя категория мениджъри бихте се самоопределили?“ се очертаха ясно две водещи позиции – „мениджърът като партньор на артиста“ (44%) и „мениджърът като артист, творец“ за 25% от анкетираните (тези отговори обясняват защо творческите умения са оценени най-високо) – фиг. 4.

Първата ситуация - „мениджърът като партньор на артиста“ има стара



Фигура 4

история, но и днес е работещ модел, а втората категория е характерна за творци, които са мениджъри на своя труд и се самопродуцират. Дванадесет процента от анкетираните са се самоопределили като „мениджъри, подпомагащи творците“, още по-малък е дялът на „мениджър - представител на държавата“ – 8%, като този отговор са дали всички заети в държавния сектор. На последно място с 5% са мениджърите, обслужващи аудиторията – корелационният анализ показва, че 90% от тях работят в големи културни организации, явно те могат да си позволят отделен човек само за тази дейност.

Микроорганизациите в изкуствата и културата, натоварват своите мениджъри (по-точно те се самонатоварват) с много широк и неуточнен кръг от задължения, така че водещата дефиниция „мениджърът - партньор“ покрива изключително разнообразни умения и задачи.

Още един аспект на самоопределяне е използван в изследването – според функциите и областта, в която работят анкетираните. По този начин се обособяват следните основни групи (фиг. 5):

- 1) Арт мениджъри - като „арт мениджър“ се самоопределят 52% от анке-

Фигура 5



тираните. Преобладаващата част от тях са от частния сектор, а над половината от арт мениджърите са от сценичните и изобразителните изкуства. Може да се обобщи, че в по-голямата си част това са актьори, художници, творци, които търсят сами реализация на своя продукт.

2) Втора по многобройност е групата на *културните администратори*, избрана от 42% от анкетираните. От тях 19% са на национално ниво, 16% на регионално и 7% на местно. Почти всички самоопределили се като културни администратори са представители на държавния сектор, има малко изключение относно тези, които са на национално ниво – 1/3 от тях са представители на неправителствения сектор. Над половината от културните администратори (54%) са заети в културните индустрии.

3) Като „*продуценти*“ се самоопределят 19% от запитаните – основната част (63%) от тях са от частния сектор и са представители на културните индустрии.

4) Най-малобройни са „*мениджърите на бизнес организация в изкуствата*“ – 10% от анкетираните, които изцяло са представители на частния сектор. Невисокият процент отговаря на малобройността на тези организации.

Последните две групи мениджъри – продуцентите и мениджърите на бизнес организации, както и арт мениджърите от частния сектор могат да бъдат обобщени и с названието „предприемачи в областта на културата“.

Опитът и дългият стаж са основни критерии за професионализъм при културните мениджъри /предприемачи. Ролята на специализираното образование и дължостната характеристика са минимизирани, още повече, че последната най-често липсва в частния сектор. Културният мениджър /предприемач в България се очертава като „човек-оркестър“ – той има многобройни и твърде разнообразни функции и задължения – като базисни се очертават планирането, маркетингът и търсенето на алтернативни средства. Самите мениджъри обаче оценяват като най-важни за тяхната длъжност творческите умения и генерирането на идеи – за 90% от анкетираните. Водещите отговори на въпроса „В коя категория мениджъри бихте се самоопределили?“ са в две основни посоки – „мениджърът като партньор на артиста“ и „мениджърът като артист, творец“. А според функциите и областта в която работят анкетираните се самообособяват като: „арт мениджър“ - 52% от анкетираните; втора по многобройност е групата на културните администратори, избрана от 42% от анкетираните. Като „продуценти“ се самоопределят 19% и най-малобройни са „мениджърите на бизнес организация в изкуствата“ – 10% от анкетираните.

Категориите мениджъри, техните функции, задачи и умения се дефинират единствено от практиката. Те са свързващото управленско звено между творците, аудиторията, държавата, спонсора, пазара. Липсата на ясна законова идентификация води до преливания на дейности и длъжности. Тази тенденция се подпомага и от преобладаващия микроразмер на културните организации.

Б. Организационен профил

Организационният мениджмънт е феномен от края на XIX век. При управлението на културните организации и изкуствата той навлиза едва през 70-те години на миналото столетие, а първите му стъпки в България са от средата на 90-те години. Нарасналият интерес в тази посока е отражение на все по-усложняващата се икономическа действителност, както и на факта, че системата на една организация в тази среда е многопластова и не лека за управление.

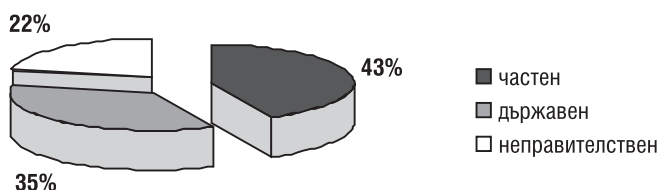
Какви са основните характеристики на организациите, които управляват българските културни мениджъри /предприемачи?

1. Собственост и правен статус

В българската култура и изкуства *собственост*, различна от държавната, е явление от началото на 90-те години. Макар и колебливо, държавният монопол бе вдигнат първо от културните индустрии (книгоиздаване, филмово производство и т.н.), които бяха оставени да оцеляват в една неясна, все още неформирани пазарна среда и без специфично законодателство. Последвалата театрална реформа даде начало на пропазарен сектор и в сценичните изкуства¹⁵. Развлекателните индустрии (музикален и шоу бизнес, мултимедии, паркови забавления и др.) са изцяло комерсиализирани.

Направеното емпирично изследване показва, че частният сектор, независимо от неговите слабости и условности, не е имагинерен и вече е формирана общност в културния живот – 43% от анкетираните са заявили, че са заети в частния сектор. Сред обхванатите организации той е почти равномерно разпределен с лек превес при културните индустрии. В държавния сектор са заети 35% от анкетираните, а в неправителствения, или така наречения трети, граждански сектор -22% (фиг. 6).

В какъв сектор сте зает?

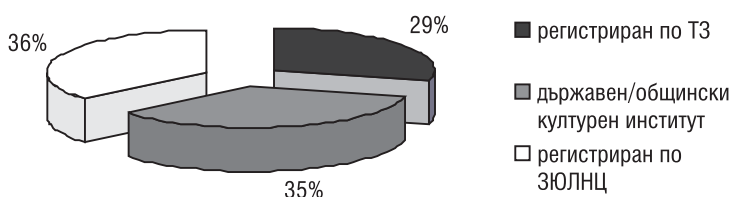


Но когато въпросът е относно *правния статус* на организацията, се получават по-различни данни (фиг. 7).

Пълно съвпадение има само при държавния сектор – там 35% са организациите, които са държавни или общински като правен статус и съвсем естествено те са част от държавния сектор в културата. А организациите, които се идентифицират за частни (фиг. 6) по правен статус, стават два вида – 1) регистрирани по ТЗ и 2) регистрирани по ЗЮЛНЦ¹⁶ (фиг. 7).

Фигура 7

Правен статус на организацията

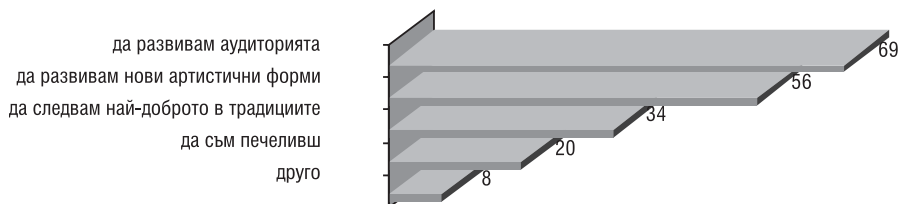


2. Мисия и профил

Водеща *мисия* за обхванатите в извадката културни организации/ мениджъри е развитието на аудиторията (69% от анкетираните). Тази тенденция не се влияе нито от формата на собственост (частна, държавна) на организацията, нито от подсектора (изкуства, индустрии...). Безспорен факт, показващ, че публиката се възприема като социален продукт, към който твореца има отговорност, а не като даденост. Подобна организационна мисия крие в себе си риск, но говори и за творческа смелост – не следваш канона, променяш модела и формираш естетическия вкус (фиг. 8).

След подобна смела заявка не е изненада, че организационната мисия, събрала 56% (на второ място) е „да развивам нови артистични форми“. Тук отново има равномерно разпределение по собственост и сектор, различното е, че авангардността е по-присъща на микро организациите (61% от далите този отговор) - малкият им размер ги прави по-гъвкави, приспособими, рискови. Потвърждение на този ред на мисли е и фактът, че сред посочилите мисията „да следвам най-доброто в традициите“ (34%) преобладават държавните организации и тези със среден размер. Само една пета са заявили организационна мисия „да съм печеливш“. Съвсем разбираемо 70% от далите този отговор са от частния сектор.

Мисия на организацията



Дефинирането на *организационния профил* отразява до голяма степен мисията. За 90% от организациите водещият профил е културен, следван от артистичен, с почти два пъти по-малък процент (47%), образователен (37%), комерсиален (27%) и развлекателен (16%). Отново, над 90% от заяvilите и комерсиален профил са организации от частния сектор.

3. Брой заети, финансови източници и основни организационни проблеми

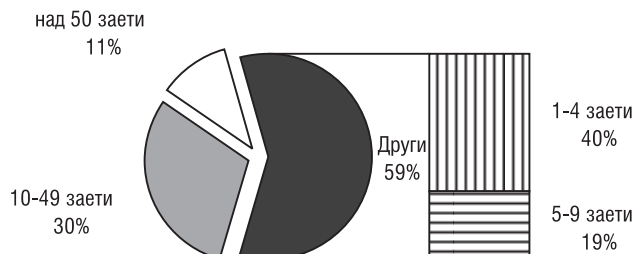
Най-често срещани, а това ще рече и най-представителни за културния сектор, са организациите, в които постоянно са заети между 1 и 4 човека – те акумулират респектиращите 40% от извадката. Малко по-големи по състав – със заетост между 5 и 9 човека, са 19% от организациите. Или ако обобщим, *петдесет и девет процента от анкетираните управляват микроорганизации, в които броят на постоянно заетите не надхвърля 9 човека (фиг. 9)*. По-големите организации с 10 до 49 заети (30%) и особено тези с персонал над 50 човека (11%) са част от държавния сектор.

Финансовите източници са изключително разнообразни:

- *бюджетните субсидии* са отбелязани като основен и много важен източник за 51% от анкетираните. Тук преобладават организации от държавния сектор в сферата на изкуствата.

- *проектните субсидии* са основен и много важен източник за 43% от анкетираните (частният сектор в изкуствата и основно микроорганизациите със заетост до 9 човека), а за други 22% те имат допълващо значение (държавния сектор в сферата на изкуствата).

Брой на постоянно заетите в организацията



● *приходите от билети* са основен и много важен източник за 36% от анкетираните. Това са всички организации, където билетите са възможност за приход, като основно е значението на този източник за сценичните изкуства.

● *собствените средства от допълваща стопанска дейност* са основен и много важен източник за 29 % от организациите. А почти три четвърти от тях са от частния сектор, най-вече представители на културните индустрии.

● *спонсорството и меценатството* са отбелязани като основен финансов източник от 24% от анкетираните (80% от тях са микрофирми), но същият процент са и тези, за които той е слабо представен. Тук мненията са равномерно разпределени и не се влияят от собствеността на организацията, нито дали тя е от сектора на изкуствата или културните индустрии.

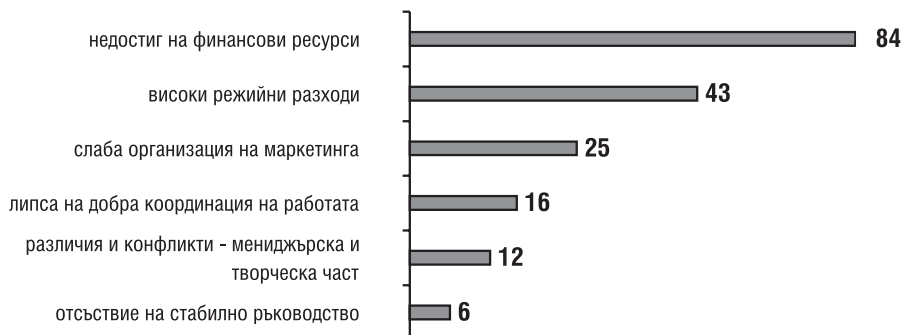
● *банковите заеми* са оценени като много важен финансов източник за организацията само от 1% от анкетираните. Общото мнение за тях е, че те са „без значение или липсващ“ финансов източник (87%). Оправдано отношение, като се има предвид, че в България няма специализирани в областта на културата заемни, гаранционни фондове или кредитни организации. Без държавна гаранция банковият сектор не би проявил интерес към област, където възвращаемостта е бавна и вложенията твърде рискови.

Въпреки разнообразието на възможните финансови източници, основните, върху които се фокусират анкетираните, са бюджетните субсидии, проектните субсидии и приходът от билети. От тях сигурен годишен източник е единствено първият, но той е достъпен само за държавните организации (сценични изкуства, музеи, читалища), останалите трябва да осигурят своята дейност чрез кандидатстване за проектни субсидии. Приходите от билети са значим източник отново само за сценичните организации, като обикновено чрез тях се покриват от 10% до 40% от разходите за една постановка. Спонсорството е спорадично, като тук липсват от една страна изградени традиции, а от друга мениджърски умения в тази посока, а банковите заеми са минаж без целенасочена държавна политика в областта.

В тази среда на финансова несигурност съвсем естествено „недостигът на финансови ресурси“ е *най-сериозното вътрешно затруднение пред организацията* (84%) – фиг. 10. Следват го високите режимни разходи (43%) - основен проблем, но този път по-тясно насочен – към организации, които трябва да издържат сграден фонд (най-голям дял тук са държавните сценични ор-

Фигура 10

Най-сериозните вътрешни затруднения пред организацията



ганизации). А капиталните разходи като процент от публичните разходи за култура за 2005 г. са едва 6,5%.¹⁷

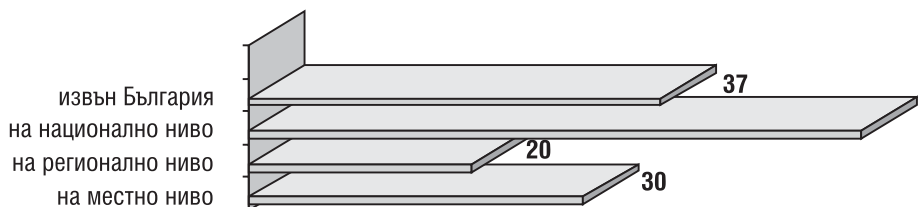
Останалите затруднения имат организационен характер – слаба организация на маркетинга (25%), липса на добра координация (16%), различия и конфликти - мениджърска и творческа част (12%), осъствие на стабилно ръководство (6%), като последният проблем се оказва много важен за микроорганизациите.

4. Реализация на продукта и маркетингова стратегия.

Четири са нивата за *реализация на културния продукт* – местно, регионално, национално и международно. Проучването показва, че 42% от анкетиранияте мениджъри или техните организации разпространяват и продават продукта си на повече от едно ниво. Поради спецификата на културните продукти и услуги, съвсем очаквано най-голям дял от тях се реализира в България, от които (фиг. 11):

Реализация на културния продукт

Фигура 11



- 30% на местно ниво – това са основно частни микроорганизации, чието присъствие дава ясен знак, че българската култура също създава условия за развитие на местното предприемачество;

- 20% на регионално ниво – тук почти половината от организациите са от държавния сектор на сценичните изкуства.

- 55% на национално ниво, като над половината от тях са културни индустрии.

Особен интерес заслужават тези 37% успели да пробият с български културен продукт на международно ниво. Кой са те?

- 41% от тях са държавни организации, 33% са частни и 26% са от неправителствения сектор;

- над половината от тези организации (54%) са представители на културните индустрии.

Друг важен момент, отличаващ организациите, които са реализирали своя продукт на национално и международно ниво, е фактът, че 2/3 от тях имат *маркетингова стратегия* не само за отделните продукти и събития, но и за организацията като цяло, усилие, което явно им се отплаща.

Само един процент от анкетиранияте са заявили, че изобщо нямат маркетингова стратегия! А от останалите - 50% имат стратегия за отделен продукт или събитие (като тук са 2/3 от организациите, които реализират продукта си на местно и регионално ниво) и 49% са се погрижили маркетингът да е не само продукт, но и организационен инструмент.

Българските културни организации използват изключително разнообразни форми на маркетинг и реклама (фиг. 12).

Фигура 12

Най-често използвани форми на маркетинг и реклама



Добро впечатление прави, че 61% от анкетираните имат Интернет страница на организацията и 55% ползват мейлинг лист. Проучване на аудиторията, процес, изискващ постоянство и добри познания, осъществяват 19%. Кои са те? - 52% са от държавния сектор, 29% са от третия и 19% от частния сектор.

Водеща мисия за обхванатите в извадката културни организации е развитието на аудиторията (69% от анкетираните). Тази тенденция не се влияе нито от формата на собственост (частна, държавна) на организацията, нито от подсектора (изкуства, индустрии...). Петдесет и девет процента от анкетираните управляват микроорганизации, в които броят на постоянно заетите не надхвърля 9 човека. Като най-често срещан размер на организация в културата, може да се приеме, че тя е и най-представителна за сектора. От обхванатите организации 43% са в частния сектор, като тук се забелязва лек превес на културните индустрии. В държавния сектор са заети 35% от анкетираните, а в неправителствения, или така наречения „трети сектор“ - 22%.

Въпреки разнообразието на финансовите източници, основните, върху които се фокусират очакванията на организациите, са бюджетните субсидии, проектните субсидии и приходът от билети. От тях сигурен годишен източник е единствено първият, но той е достъпен само за държавните организации. В тази среда на финансова нестабилност съвсем естествено „недостигът на финансови ресурси“ е най-сериозното вътрешно затруднение, изтъкнато от мениджърите (84%).

Поради спецификата на културните продукти и услуги, най-голям дял от тях се реализира в България, но 37% от организациите в извадката са успели да пробият с български културен продукт на международно ниво. Една от отличителните им характеристики е, че 2/3 от тях имат маркетингова стратегия не само за отделните продукти и събития, но и за организацията като цяло – усилие, което явно им се отплаща.

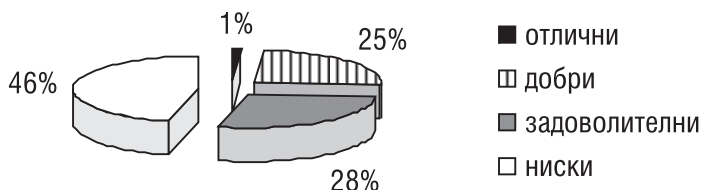
В. Нужните промени – ролята на мениджърите, конкуренцията и държавата.

Българският културен мениджър/ продуцент е работохолик – идеалист. Проучването показва, че 63% от анкетираните не могат да отделят кариерата от личния си живот и посвещават 100% (т.е. 24 часа) от времето, интересите и енергията си на работата. В малко по-добра ситуация са останалите 47%, за които думите „работа“ и „личен живот“ не се припокриват и отделят „само“ 50% до 90% от времето си в професионална посока.

След тези признания рационалните очаквания са за високи, отблагадаряващи се на усилията трудови доходи, но едва 1% от анкетираните са оценили своите доходи като отлични. Масовата оценка за тях е „ниски“ и я дават 46% от анкетираните, следвана от задоволителни (28%) и добри (25%).

Фигура 13

Как оценяват доходите от вашата трудова дейност?

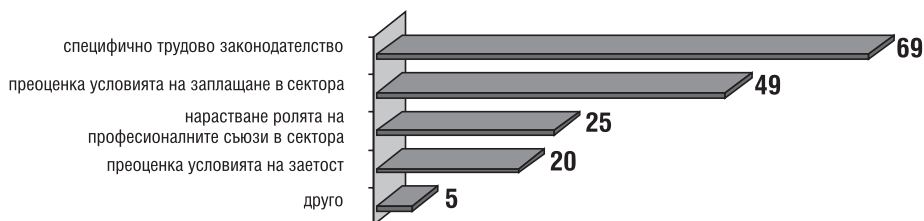


Подобна неблагоприятна тенденция спрямо заплащането на високоспециализиран труд е негативна, както за образа на професията, така и за качеството на привличаните кадри. Какъв е пътят за нейното пречупване и промяна? *Най-важните стъпки, които анкетираните виждат като условие за положителна промяна в статуса на арт мениджъра, са:*

- трудово законодателство, отразяващо специални изисквания на професията - 69%, (засега с подобно достижение могат да се похвалят няколко страни);
- преоценка на условията за заплащане в сектора (49%);
- нарастване ролята на отделните професионални съюзи (25%), като от далите този отговор над 60% са от културните индустрии. Прави впечатление, че заетите в този подсектор се отличават и с най-висока форма на организирана гилдийност. Там е най-високият процент на членство в професионалните творчески съюзи – 56% от всички заявили членство, които са едва 30% от всички анкетираните;
- преоценка на условията на заетост в сектора (20%).

Три са „китовете“, върху които се крепи надеждата тези промени да станат реалност – 65% от анкетираните смятат, че „самите мениджъри“ трябва да са двигателят, 55% приемат това като задължение на държавата, а 47% разчитат, че пазарът в своето естествено развитие ще доведе до нужните иновации. Ролята на творческите професионални съюзи в движението за промяна е оценена с 31%. На пръв поглед това се връзва с 30-те процента членове на творчески съюзи сред анкетираните. Но при допълнителния корелационен анализ тук се очертава парадокс – 71% от отговорилите по този начин не участват в творчески съюз и тези 31% може да се тълкуват като из-

Посока на най-важните промени относно статуса на арт мениджъра



раз на тяхното очакване или разочарование... Тъй като анкетираните са дали повече от едно мнение, сборът надхвърля 100% и отговорите трябва да се анализират в единство, т.е. те общо имат сбор 200%, което показва (ако погледнем като средно аритметично на сумата), че всеки анкетиран е избрал едновременно две възможности. Или, че решението е в търсенето на партньорство, за да се осъществят промените - частно-държавно, междусекторни коалиции и коопериране със сродни организации.

Проучването показва, че секторът на културата вече е узрял и подготвен да оцени силата на кооперирането, като в същото време не се страхува и от конкуренцията, което говори за добра преценка на собствените сили, но и за ясна представа за възможностите и ограниченията на средата.

На въпроса „Смятате ли, че кооперирането със сродни организации би било от полза за вас?“ 74% от анкетираните оценяват кооперирането положително - като основно средство за лобиране в сектора. Много по-малко са анкетираните (34%), които виждат в кооперирането освен политически и икономически инструмент, който би довел до намаляване на разходите им. Негативно към кооперирането са настроени под 10% от анкетираните, които смятат, че конкуренцията в тяхната област е много силна. Това са частни организации, които познават трудността на оцеляването в пазарни условия. Други 27% смятат, че няма конкуренция в сектора, а *останалото мнозинство я приема като стимул за развитие.*

Положителното отношение към пазара и конкурентните сили не измества ролята на *държавата* относно развитието на *предприемаческата инициатива в културата.* Анкетираните мениджъри свеждат нужната подкрепа от държавните и общински институции основно до финансово подпомагане – фиг. 15.

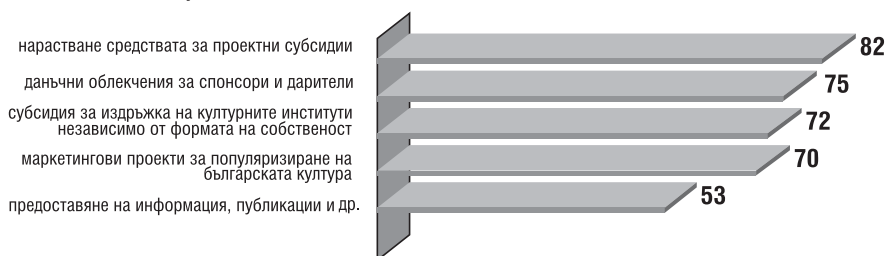
Двигател на промените ?



Отговорите на въпроса са разпределени равномерно спрямо форма на собственост и подсектор, като водещото предпочитание към проектните субсидии (82% от анкетираните) се свързва с прозрачността между дейност и финансиране, както и с равната достъпност, независимо от формата на собственост. Правят впечатление и големите, но все още незащитени надежди, които се възлагат на спонсорството и меценатството (75% от анкетираните). Не нов, но по-радикален за България е призивът към въвеждането на субсидия за издръжка на културните институти независимо от формата на собственост (72%). Популяризирането на българската култура (70%) показва стремежът на сектора към нова легитимност, която да разкрие и нови възможности – както творчески, така и пазарни.

Фигура 16

Най-важни форми на подкрепа, очаквани от държавните и общински институции



Бележка: Важността на всяка форма на подкрепа е оценявана сама по себе си като „важно“, „не особено важно“, „изобщо не е важно“, и „не мога да преценя“, т.е. всяка форма на подкрепа получава стопроцентен сбор от тези разнообразни оценки за нейното значение.

Българският културен мениджър /продуцент е работохолик – идеалист. Проучването показва, че 63% от анкетираните не могат да отделят кариерата от личния си живот и посвещават 100% (т.е. 24 часа) от времето, интересите и енергията си на работата. Очакванията за отблагодаряващи се на усилията трудови доходи се събдват едва за 1% от анкетираните, оценили своите доходи като „отлични“. Масовата оценка е „ниски“ и я дават 46% от анкетираните.

Пътят за пречупване на тази изключително негативна тенденция минава през промяна на: трудовото законодателство, което трябва да отразява спецификата на професията (69%), преоценка условията за заплащане (49%), и заетост(20%) в сектора и нарастване ролята на отделните професионални съюзи (25%). Осъществяването на тези промени е чрез търсене на партньорство между мениджърите, държавата и пазара – основните мотори. Положителното отношение към пазара и конкурентните сили не измества ролята на държавата относно развитието на предприемаческата инициатива в културата.

Настоящото изследване е само първа крачка в търсенето на легитимността на културния мениджър/ продуцент в България. Смисълът на достигнатите отговори и проценти е да се преодолее съмнението между два различни свята – на изкуството и управлението, да се обединят усилията на таланта и бизнеса за оцеляване и развитие на културата в един нов проект – този на либералния глобализъм, където светът на Музите се нуждае от речника на арт мениджмънта.

¹ Поради изключително ниската заменяемост между труд и капитал производителността на този подсектор изостава значително от средната за индустрията. Тази ситуация очертава пропаст между собствените приходи и разходи в сценичните организации (т.нар. болест на Баумол).

² Прави впечатление: а) висшето образование на заетите в българската култура е доста над средните показатели за Европа; б) по-ниският брой самонаети и на непълн ден - показатели, които биха нараствали при доминиращ частен сектор в културата.

³ Benhamou F. Artist Labor markets in *A Handbook of Cultural Economics*, ed. R. Towse, 2003, p. 69

⁴ Пазарна структура притежаваща черти, както от съвършената конкуренция, така и от монопола, характерна е за силно диференцирани и високо качествени продукти/ услуги. На този пазар има голям брой предлагачи, като малка част от тях имат краткотраен монопол върху сегмент от пазара, което е отражение и на създадена с извън ценови методи (качество, реклама и др.) потребителска лоялност.

⁵ До 10 човека.

⁶ Exploitation and development of the job potential in cultural sector in the age of digitalization – MKWGmbH, EC, 2001.

⁷ Women and Arts and Media Professions: European comparisons, D. Clichy, R. Mitchel, A. Wiesand, <http://www.ericarts.org/women>

⁸ Първата цифра е от изследването – „Cultural Employment in Europe“, Eurostat, 2004/68 (с данни от 2002 г.), а втората е от „Exploitation and development of the job potential in cultural sector in the age of digitalization“, MKWGmbH, EC, 2001 г.

⁹ Длъжност – съвкупност от функции, задачи и други изисквания към лицето, като знания и умения за конкретен вид трудови дейности, изпълнявани на работното място. „Национална класификация на професиите и длъжностите“, 2006 г., с. 25

¹⁰ Тук не се коментират техническите длъжности, които са също са част от заетите в културния сектор.

¹¹ Процентът на възвращаемост на въпросника е впечатляващо висок – 43%. Тези цифри надхвърлят далеч класически очакваната четвърт и са показател както за добрата организация на изследването, така и за интереса на гилдията на арт мениджърите към тематиката. Статистическият анализ на данните бе направен от Агенцията за социални и пазарни изследвания „Estate“.

¹² Така например, двата най-големи града в България - София и Пловдив имат над 40% от общата посещаемост на сценичните изкуства в страната и същия

процент от сценичните организации, като в тях живее около 25% от населението. Причините за тази неравномерност са отражение на икономическите особености на културните продукти и дейности, за чиято минимална ефективност е нужен голям потенциален пазар. Освен това изградената богата градска инфраструктура е база за интензивен артистичен живот, т.е. урбанизацията е стимулиращ и подпомагащ фактор за културното потребление. Тя дава възможност за преливане на аудиторията между отделните артистични форми.

¹³ Експертният характер на проучването предопределя броя на анкетираните.

¹⁴ Women and Arts and Media Professions: European comparisons, D. Clichy, R. Mitchel, A. Wiesand, <http://www.ericarts.org/women>

¹⁵ Технологичните особености на изкуствата, и по-конкретно на сценичните изкуства, ги предопределят като слаб пазарен субект, и ненамесата на държавата чрез субсидиране на сектора води до появата на непълен пазар. Този извод е в сила независимо от формата на собственост на организациите.

¹⁶ Културната реалност е пълна с подобни примери – сред частните театри има регистрирани както по Търговския закон, така и по Закона за юридическите лица с нестопанска цел. Докато частните организации в сценичните изкуства могат да изберат формата си на регистрация, за други тя е само една и задължителна. Така например, кинопродуцентите, за да бъдат регистрирани като такива, имат само една възможност-регистрация по ТЗ.

¹⁷ За сравнение в Унгария (страна с размери, близки до нашите) тези разходи са 30,9% (за 2001г.). Източници - <http://www.budobs.org/budgethun.htm>; „Hungary – Cultural policies in Europe: a compendium of basic facts and trends“, Council of Europe/ERICarts, 2002 г.

Проправяне на пътеки

ЯВОР КОЙНАКОВ

Бележки по Общите политики в областта на културноисторическото наследство Монтана -Чипровци и Смолян – Златоград

От този брой на бюлетина публикуваме поредица от програмни документи, разработени в различен формат и наименувани по различен начин, но носещи белезите на стратегически насоки за развитието на един или друг културен сектор. В случая това са документи за определяне на политиката по отношение на културноисторическото наследство на четири общини. Проектът¹ представя рамката, в която местните власти и заинтересованите партньори ще развият политика на устойчиво развитие по отношение на културно-историческото наследство в регионите си.

Докато се подготвя цялостна стратегия за развитието на културата тези документи едва ли трябва да се натоварват да прекалени очаквания да представят изчерпателна (и изкусителна) визия и да зложат философия за развитието на българската култура. Те имат по-фокусирана задача да отговорят на предизвикателството да се определят приоритетните обекти на културноисторическото наследство – материалното (и още по-важно – нематериалното!) за нуждите на изработване на местна програма за развитие, която да се впише в реализирането на проекти по Структурните фондове на ЕС. Да се активира такъв външен за общността „грознител“ може да бъде рисковано начинание, защото много лесно може да прокара разделителни линии, да остави неангажирани големи групи на общността, а да облагодетелства други. По-важното в случая е очертаването на езика, на който в рамките на местната стратегия за развитие ще се включи културният сектор.

Структура на въпросите

Най-важната страна на документите е усилието да се проправят пътеки, в които гласът на участниците в процеса на опазване и популяризиране на културноисторическото наследство на региона да бъде чут. Предложен е и модел за деликатното форматиране на посланията на този „глас“. Ясно е, че той се нуждае от специфични изразни средства, за да бъде чут. Документите предлагат структура, която може да пренасочи дейностите в областта на културноисторическото наследство - те да не бъдат обвързани единствено с дискусията за опазването (досегашната ситуация), а да се пренасочат и към дейности, свързани с поддръжката и социализирането – и после в превръщането му в инструмент на развитието на регионите. За хората на културния сектор идеята за превръщането на културата в част от стратегиите за обществено-икономически просперитет обикновено се приема с подозрение за неприсъщо инструментализиране. Разбирането за ролята (приноса) на културните и артистичните дейности за икономическото и социалното развитие може да бъде положителна страна на развитието на местните политики, но да остави настрана интересите на самите артисти. Не случайно в описанието на участниците в процеса рядко се спомена-

ват конкретни културни структури. Тази дилема ще трябва да намери решение в следващите стъпки по програмите на оперативните групи.

Документите предлагат и няколко атрактивни решения. Първо - да изведат в центъра на публичните политики културния сектор (от което той би спечелил най-много). Другото е да се намери отговор на драматично разминаване и диспропорции в културна инфраструктура и достъп до култура между големите градски центрове и малките общности. Предложен е модел на съчетаване на усилията между голям и малък център и така да се увеличи потенциалният ефект. Такова съчетаване на интересите между областен център и по-малка община – която изглежда бедна откъм ресурси, но пък има в портфейла си културно наследство, с потенциал да се развие като атрактивен продукт (архитектурно-етнографският комплекс на Златоград или непознатите традиции на Чипровския регион, събрани с административния капацитет на областните центрове Смолян и Монтана) изглежда обещаващ.

На опашката пред Патентния офис

На пръв поглед документите за общите политики са доста униформени, защото са подготвени като продукт на модерирани дискуссионни форуми. Но ще забележите и различията - например в дефинирането на главните участници в процеса. Ако в документа „Смолян-Златоград“ личи опитът от активизирането на занаятчийски организации, туристически услуги и специфични производства като млекопреработване – съответно се залага този сектор на малкия/ среден бизнес да е най-силно заинтересуван от реализирането на политиката - в документа „Монтана-Чипровци“ по-голям акцент е поставен върху въвличането на аматьорските структури в организирането на празниците и фестивалите в региона. Самият факт на дефинирането на участниците е важен ход в изготвянето на програми за местно културно развитие – да дадеш усещането на хората, че са собственици на продукта, който ще се създаде в резултат на реализирането на политиките – е началото на истинския демократичен процес.

След като община Царево успя да регистрира в Патентния офис категорията „нестинарство“, с което разгневи други общини от Странджанския регион, очаква се пред офиса да се извият опашки и за регистриране на други регионални продукти (възможност, предвидена в документа „Монтана-Чипровци“ за уникалния чипровски килим). Такава стратегия за утвърждаване на отличителни за регионите символи и продукти е един от най-добрите начини за очертаване на конкурентни предимства, но управлението на марката („развитието на бранд“) не свършва само със сертификатата, със сигурност най-важното е да се обвърже с образа на хората в регионите. Разбираемо е защо и двата документа за политиките отделят място на празничната култура и уменията на хората да съхранят нематериалното културно наследство. Не по-малко важно е нещата да не се затварят единствено в земеделския празничен цикъл, а да прехвърлят мостове и към градската култура. Емблематичните Дико Илиев и Радичков – изведени като духовни икони на Северозападния регион имат потенциал да прехвърлят подобни мостове. Занаятите и древните светилища в Родопския край са малко по-проблематични като възможност да се инспирира съвременната културна активност.

Подвеждащо е да се търси отговор само на програмите за регионално развитие, които виждат ангажиментите си към културната сфера един-

ствено през призмата на развитието на туристически атракции. „Индустрията на преживяването“, която е оставила своя отпечатък върху документа „Смолян-Златоград“ може да предостави отлични измерители за социално-икономически ползи, но може и да остави настрана потенциалните участници от културния сектор. Тази дилема очевидно е стояла пред екипите, които са работили върху документите - личи и по начина, по който се тълкува недвижимото културноисторическото наследство и инфраструктура. В материала „Монтана-Чипровци“ е спомената една значителна инвестиция в добършването на Археологическия музей и ресоциализирането на няколко обекта. „Смолян-Златоград“ пък отмества въпроса с недвижимото наследство само на полето на пръснатите в региона образци на родопската архитектура и джентълменски оставя пространство за повишено внимание към етнографския комплекс на Златоград. В определен момент политиките ще трябва да дават отговори на въпроса какво се случва със заварения сграден фонд за културни дейности. Поне Смолян притежава едни от най-емблематичните съвременни сгради, предназначени за културна дейност – чиста охлузени стъклени фасади вече мерим в декари. Развитата културна инфраструктура е въпрос не само на качество на живот в региона (достъп до културни услуги), а е и въпрос на комуникация с другите центрове на изкуства културна дейност – в регионален, национален и транснационален мащаб.

Невигимото присъствие

Очевидно е, че документите за политиките сега не могат да дават такива отговори поради невъзможността да се предвидят инвестициите в твърдата инфраструктура и се наблюдава повече на изкусителното въвеждане то на „меките мерки“ – празниците, фолклора, честванията, разработването на разпознаваеми културни символи. Особеността на ситуацията е, че оперативната програма „Регионално развитие“² макар и да оставя открита възможност да се инвестира в културна инфраструктура на музеи, театри, читалища и библиотеки, не казва при какви точно условия това може да стане (освен ако не са свързани с развитие на туристически атракции, което пък не е особено ентусиазиращо за културния сектор). Подобен опит от досегашните реализации на Структурните фондове на ЕС по отношение на съвременна културна инфраструктура има само в няколко емблематични примера в Дъблин - комплексът „Темпъл бар“ и културен център в един от развиващите се райони на Лондон. Само че в тези случаи става дума за цялостно разработена програма и смесица между специфичната материя на креативните индустрии, подкрепата за изявата на културното многообразие и съживяването на западнали градски региони. Ако политиките не провидят в наследената инфраструктура за културна дейност нещо повече от „воденичен камък на шията“, шансовете за преодоляване на „плачевното състояние“ (така е директно е дефинирано в Оперативната програма за регионално развитие 2007-2013) са минимални.

В документите на двата района дефиницията за културно-историческото наследство като съчетание между историческото, артистичното, археологическото и антропологично наследство, недвижимите паметници и сгради, наборът от специфични местни продукти и занаятчийски умения, местните традиции на социален живот, фестивали и празнични ритуали е

достатъчно адекватно разработена. За да се обърне политиката не само към наследството, а и към цялата структура на културното развитие е необходимо да се даде отговор и на няколко ключови въпроса – каква е визията за развитието на културното многообразие, на интеркултурния диалог и на ролята на културата в социалното развитие на регионите. Това са малко по-специфични въпроси за разлика от създаването на туристически атракции и дори повече прилягат за същностното дефиниране на марката („бранда“) на региона. Засега темата за интеркултурния диалог срамежливо наднича само в една от шестте теми на документа „Монтана-Чипровци“, където останките от римска вила са споменати наред с белезите от католическото влияние в региона. Би могло да се каже, че по-глобалните цели на трансграничното културно сътрудничество са оставени на други институции, но това пък не говори добре за хоризонта на външната комуникация на регионите. По сходен начин стои въпросът с описанието на наличните ресурси и визията за развитието им, която да осигури динамичното развитие на културна сфера, със статистическата база и изграждането на система от индикатори за ефекта от културните дейности върху социалната сфера и развитието на предприемачески инициативи (и заетост), откриване на пресечните точки на културата с политиката в други области като образование, качество на живот, качество на живот, гражданско участие. Но това са вече задачи на експертните звена и групи за реализиране на политиките...

¹ Документите са разработени по модела на Швейцарската агенция за развитие и сътрудничество, а местните форуми и работата на експертите са реализирани с подкрепата Фондацията за реформа в местното самоуправление и Национален фонд „Култура“

² Развитие на природни, културни и исторически атракции - възстановяване, опазване, експониране, оборудване, въвеждане на техники и програми за интерпретация и анимация и др... Допълнителна гребномащабна техническа инфраструктура в района на атракциите, когато и ако е необходима за ползване на атракциите, като например път за достъп, комунални услуги и удобства за туристическите атракции и нуждите на посетителите, осигуряваща интегрирано развитие на туристическите продукти; ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА „РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ“ 2007-2013 г. http://www.mrrb.government.bg/pdocs/doc_2894.doc

Обща политика на региона Смолян – Златоград в областта на културноисторическото наследство за периода 2007-2013 година

Документът е разработен от експертна група през 2006 година в рамките на Програма „Обществен форум“, която се осъществява с финансовата и техническа помощ на Национален фонд „Култура“ (НФК), Швейцарската агенция за развитие и сътрудничество (ШАРС) и Фондация за реформа в местното самоуправление (ФРМС)

I. УВОД

ЗАЩО Обща политика (ОП)?

С КАКВО разполагаме? Основни тези. Проблеми

Общините Смолян и Златоград са динамично развиващи се общини, устремени към постигане на ефективна и конкурентна икономика и по-висок жизнен стандарт за цялото население. Пред тях стои и предизвикателството успешно да се впишат в процеса на европейска интеграция и да се превърнат равностоен партньор на европейските общини и региони.

Общата политика в областта на културноисторическото наследство (-КИН) в региона е формирана в резултат на 5 структурирани дискуссионни сесии и работни срещи с участието на над 70 експерти, представители на образователната, културната и научната общност, бизнеса, гражданските организации и местната власт. Съществен принос в това отношение има Обществен Форум за КИН „Родопа – гласът на времето“ 2006 г.

Общата политика за периода 2007 – 2013 г. предвижда партньорски инициативи на две общини от Родопския регион: Смолян и Златоград. Настоящият документ е обсъждан и разработен в съответствие със стратегически национални и регионални планови инструменти за същия период. В него се отразява разбирането на участниците във Форум процеса за необходимостта от полагаането на съвместни усилия за решаване на регионално значими въпроси в областта на КИН.

В хода на обществените дискусии бе постигнато съгласие, че интересната история и богатата култура, прекрасната природа, комбинирана с мозайка от традиции, обичаи, местна кухня и гостоприемство, са предпоставка за обществено-икономически просперитет на региона. Реализирането на такава политика изисква общи действия, усилия, ресурси, експертност и партньорство.

II. ВИЗИЯ

Заинтересованите страни от двете общини добре познават спецификата на местните ресурси и историческото минало на региона. Те възприемат уникалните природни дадености и историческо наследство на региона Смолян – Златоград като важна предпоставка за икономическо възраждане. Същевременно те осъзнават, че тези богатства трябва да се използват по един ефективен и разумен начин, съобразен с основните принципи на устойчивото развитие. На тази основа се формулира следната визия:

*Родопите – привлекателен за живот
и отгих регион със съхранена автентичност,
самобитност и богато
културноисторическо наследство.*

III. СТРАТЕГИЧЕСКА ЦЕЛ

Стратегическата цел е **превръщане на КИИ в съществен фактор за социално-икономическо развитие, чрез създаване на устойчив поминък.**

Необходима предпоставка за нейното изпълнение е опазване, съхранение и популяризация на КИИ, както и приемствеността му между поколенията. Важен елемент е интегрирането на КИИ в региона с предлаганите туристически продукти.

IV. СТРАТЕГИЧЕСКИ ВЪЗМОЖНОСТИ - РЕГИОНАЛНО ЗНАЧИМИ ТЕМИ, ДЕФИНИРАНИ ОТ ФОРУМИТЕ

Разработените по-долу регионално значими приоритети са подчинени на следните основни фактори за оценка :

- Опазване
- Социализация
- Достъпност
- Популяризация
- Валоризация

Регионално значимите теми и целите за всяка от тях са както следва:

1. Стари трансродопски пътища

- 1.1. Откриване, допроучване, регистриране и публикуване на трансродопските антични пътища и пътни съоръжения;
- 1.2. Стимулиране на културния и историческия туризъм;
- 1.3. Развиване на партньорски мрежи и трансгранично сътрудничество.

2. Пътят на млякото

- 2.1. Съхраняване на традиционни технологии за производство на млякото като емблематичен за региона продукт;
- 2.2. Приобщаване на „Пътя на млякото“ към европейската мрежа на Съвета на Европа;
- 2.3. Утвърждаване на млякото и млечните продукти от Родопския регион като уникална марка за качество в европейски мащаб.

3. Фолклорна култура

- 3.1. Утвърждаване на фолклора като значима и атрактивна визитна картичка на региона и България;
- 3.2. Демонстриране на уникалните възможности на фолклора сред младите хора, посетителите и гостите на региона.

4. Родопска архитектура

- 4.1. Превръщане на традиционната родопска архитектура в източник на съвременни архитектурни и урбанистични решения;

4.2. Мобилизиране на публични и частни ресурси за възстановяване, съхраняване и използване на архитектурните културни паметници.

5. Култови места в Родопите – приемственост и традиции

5.1. Допроучване, документиране, адаптация и социализация на култовите места в Родопите;

5.2. Включване на обекти в културни маршрути за развитие на поклоннически туризъм;

5.3. Създаване на културни продукти, включващи култови обекти.

6. Родопски занаяти и бит

6.1. Идентифициране на занаятчийските ресурси;

6.2. Активизиране на институционалните структури на занаятчиите в региона;

6.3. Утвърждаване на родопските занаяти и бит като източник на доходи;

6.4. Използване на родопска кухня като източник на дълголетие, поминък и туристически продукт.

7. Митове и легенди

7.1. Популяризация чрез създаване и налагане на характерните за региона митове и легенди;

7.2. Адаптиране на митове и легенди за нуждите на туристическото предлагане.

V. ПРИНЦИПИ ЗА РЕАЛИЗАЦИЯ

1. Отвореност

Настоящият документ за обща политика е отворен. Веднъж приет, той би трябвало да остане относително постоянен в стратегическата си насоченост и цели, но отворен и гъвкав – по отношение на мерките и проектите.

2. Партньорство

Прилагането на принципа на партньорство е само по себе си механизъм за повишаване на капацитета за привличане на ресурси. Тази политика е създадена и ще се реализира на принципа на тясно сътрудничество между администрациите, културните институти, граждански, бизнес организации и други заинтересовани страни от община Смолян и община Златоград. Общата политика се основава и на регламентиране на отношенията между местните власти, църковните настоятелства, културните институции и други заинтересовани страни.

Общата политика на двете общини предвижда въвличането и на други общности от Родопския регион които споделят настоящите цели и приоритети.

Инициативите по изпълнение на тази политика трябва да стимулират дейности, които да се възползват и да разширяват възможностите на трансгранично сътрудничество.

3. Надграждане

Всички културни продукти ще се реализират на принципа на надграждане и споделяне на позитивни тематични действия и инициативи. Тази съвместна политика ангажира местните власти и техните партньори в открити, после-

дователни и свързани действия в процеса на реализирането ѝ.

4. Взаимна подкрепа

Представителите на заинтересованите страни от двете общини се съгласяват да подкрепят местни инициативи, които са в унисон с общата политика в областта на КИИ.

5. Културен маркетинг за периода 2007- 2013 г.

Общински власти използват в маркетинга на своите общини основните приоритети на общата политика, символът „Родопа – гласът на времето“ и другите инструменти за популяризация на КИИ.

VI. БЪДЕЩИ СЪПКИ И МЕХАНИЗЪМ ЗА РЕАЛИЗАЦИЯ НА ОБЩАТА ПОЛИТИКА

- Интеграция с общинските планове за развитие - компонент за КИИ, с включване на проектните идеи;
- Аtestиране на нереализирани проектни идеи за последващо изпълнение с друго финансиране;
- Приемане от общинските съвети

1. Интеграция с местната и регионална политика .

Настоящият документ за обща политика се приема и съгласува с консенсус от участниците във Форума.

Той се предоставя за обсъждане и приемане от общинските съвети на партньорските общини. Форумът препоръчва политиката да бъде интегрирана и неразделна част от общинските планове за развитие, като секторна политика за опазване и развитие на КИИ, както и да бъдат маркирани проекти в частта за междуобщинско коопериране/ сътрудничество. Също така, препоръчително е политиката да бъде отразена в областната стратегия за развитие, като предварително с нея са запознати представители на местните власти от областта и региона.

Нереализираните проектни идеи, разработени в резултат на форум – процеса или като продукт на социалния капитал на местната общност (например местни инициативни групи) получават обществен атестат за последващо изпълнение с друго финансиране.

Местната власт има ключова роля при изпълнението на амбициозните стратегически цели. От формулираните цели произлиза сложен комплекс от мерки/ задачи, излизачи отвъд рутинните задължения и капацитет на общинските съвети и общинските администрации. Това налага идентифицирането на специална експертна група, която стимулира и следи изпълнението на тази обща политика. За целта най-подходящо е експертния състав на Форума да приеме създаването на такава група. Тя би могла да се сформира като допълнение на Оперативната група на Форума. Публичността на политиката не трябва да е формална. Активното привличане на бизнеса и неправителствения сектор е необходимо условие за реализация на бъдещите мерки и проекти. Липсващият ресурс от идеи, компетенции, мотивация и финанси се съдържа в местната общност. По повод изпълнението на общата политика, този ресурс трябва да бъде мобилизиран. Освен това е необходимо да се предприемат мерки за повишаване на общия капацитет на заинтересованите страни.

2. Организация и координация на дейностите, мониторинг и финансиране

2.1 Координация и наблюдение

Наблюдението за изпълнението на плана се извършва от специализирана (експертна) група за реализация на политиката на КИИ, приета от Форума. Съставът на групата може да бъде актуализиран по механизма и от органа, който приема актуализацията на документа за обща политика в областта на КИИ.

Експертната група:

- разработва и ежегодно актуализира оперативни програми за реализация на политиката; (план за действие)
- разглежда и утвърждава индикаторите за наблюдение на изпълнението на програмата;
- периодично извършва преглед на постигнатия напредък;
- разглежда резултатите от изпълнението на мерките и степента на достигането на целите;
- разглежда резултатите от междинни оценки, когато е необходимо;
- ежегодно подготвя доклад за изпълнението на програмата, които се предоставят на общинските ръководства и общински съвети;
- обсъжда необходимостта от разширяване на териториалния обхват на общата политика за КИИ, като при необходимост предприема стъпки за нейното представяне ;
- прави предложения за усъвършенстване на плана, както и за преразпределяне на средствата по мерките, програмите и проектите.

2.2 Мониторинг

Мониторингът следва да проследява не само използването на финансовия и ресурсен потенциал, но активно да отчита и физическия прогрес върху територията на региона (настъпващи промени в състоянието на средата в резултат от предприети интервенции). Резултатите от периодичната оценка се подготвят от експертната група и се представят пред общинските съвети на включените общини.

2.3 Финансиране

Основните **източници за финансиране** на планирани дейности и проекти са групирани както следва:

- **национални източници**, включващи средствата на държавното финансиране – републикански бюджет, общински бюджети, от търговски дружества с държавно и общинско участие и финансиране от частни търговски дружества ;
- **средства от Европейския съюз**
- **безвъзмездни средства от други източници и донорски програми.**
- **привлечени средства**

VII. ИЗВОД

С приемането на настоящия документ за обща политика в областта на КИИ, участниците във форума (заинтересованите страни) декларират своята готовност за обединени усилия, ангажираност, последователност и постоянство, с цел използване на този ресурс за подобряване социално-икономическото развитие и утвърждаване атрактивността на региона.

Обща политика на региона Монтана – Чипровци в областта на културноисторическото наследство за периода 2007-2013 година

Документът е разработен от работна група през 2007 г. в рамките на Програма „Обществен форум“, която е реализирана с финансовата и техническа помощ на Национален фонд „Култура“ (НФК), Швейцарската агенция за развитие и сътрудничество (ШАРС) и Фондация за реформа в местното самоуправление (ФРМС).

I. УВОД

Общините Монтана и Чипровци са динамично развиващи се общини, устремени към постигане на ефективна и конкурентна икономика и подобряване качеството на живот за цялото население. Пред тях стои предизвикателството да се превърнат в равностоен партньор на съседните общини и области в национален план и в перспектива на европейски общини и региони на основата на развитието на пряко децентрализирано сътрудничество.

Общата политика (ОП) в областта на културноисторическото наследство (КИН) в региона е формирана в резултат на 5 структурирани дискуссионни сесии и работни срещи в рамките на Обществен Форум КИН „Където Изтокът среща Запада“. В тях участваха около 90 експерти, представители на образователната, културната и научната общност, бизнеса, гражданските организации и местната власт, младите хора.

Общата политика за периода 2007 - 2013 г. предвижда партньорски инициативи на две общини от Българския Северозапад: Монтана и Чипровци. Настоящият документ е обсъждан и разработен в съответствие със стратегически национални и регионални планови инструменти за същия период, (виж: <http://www.mrrb.government.bg/doctypes.php?P=5&T=17> - Оперативна програма "регионално развитие" 2007-2013 г. и следните приоритетни оси: Приоритетна ос 4: Градско развитие, и по-конкретно 3.4.2.7. Физическа среда и благоустройство, култура и културно-историческо наследство; Приоритетна ос 3: Устойчиво развитие на туризма, и по-конкретно Операция 3.1. Подобряване на туристическите атракции и свързаната с тях инфраструктура, Операция 3.2. Развитие на регионалния туристически продукт и маркетинг на дестинациите; Операция 3.3. Национален туристически маркетинг; Приоритетна ос 4: Създаване на регионални и местни мрежи, сътрудничество и капацитет, и по-конкретно: Операция 4.1. Партньорства за интегрирано развитие,; Операция 4.2. Устройствено планиране и разработване на проекти, и Операция 4.4. Междурегионално сътрудничество) както и с резултатите от проведено в рамките на Форума анкетно проучване за културните символи на региона. В общата политика се отразява разбирането на участниците във Форум процеса за необходимостта от полагането на съвместни усилия за решаване на регионално значими въпроси в областта на КИН.

Настоящият рамков документ отговаря на Декларацията от Варна (20-

21.05.2005 г.), приета от държавните глави, ръководители и представители от Югоизточна Европа на Регионален форум: „Културните коридори на Югоизточна Европа - общо минало и споделено наследство, ключ към бъдещо партньорство“, организиран под патронажа и по инициатива на Президента на Република България г-н Георги Първанов, Генералния директор на ЮНЕСКО г-н Коичиро Мацура и Генералния секретар на Съвета на Европа г-н Тери Дейвис. (виж: www.president.bg/)

Документът отговаря и на основните принципи и цели на приетата „Стратегия за разкриване, опазване, устойчиво развитие и популяризиране на културните коридори в Югоизточна Европа“, приета на Регионален форум: „Комуникация на наследството: нова визия за Югоизточна Европа“ (Опатия, Хърватия, 1-2.06.2006 г.), като пряко продължение на форума за културните коридори в Югоизточна Европа. (виж: <http://www.seecorridors.eu>, където е включена и темата за чипровския килим).

В хода на обществените дискусии бе постигнато съгласие, че интересната история и култура, прекрасната природа и богатите традиции, са предпоставка за обществено-икономически просперитет на региона. Реализирането на такава политика, като алтернативен метод за местно икономическо възраждане, чрез устойчиво прилагане на добри практики изисква общи действия, политическа и административна воля, усилия, ресурси, експертност и партньорство, както и въвлечането на съседни общини от област Монтана, Белоградчик, Берковица, Вършец, Георги Дамяново и др.

II. ВИЗИЯ

Заинтересованите страни от двете общини добре познават спецификата на местните ресурси и историческото минало на региона. Те възприемат природните дадености и културно-историческото наследство на региона Монтана – Чипровци като важна предпоставка за икономическо възраждане. Същевременно осъзнават, че тези богатства трябва да се използват по един ефективен и разумен начин, съобразен с основните принципи на устойчивото развитие, така че Българският Северозапад да стане привлекателен за живот и туризъм регион със съхранена автентичност и богато културноисторическо наследство. На тази основа се формулира следната визия:

Обвръзване на представата за региона като кръстопътно място на културите с положителни преживявания от съприкосновението с КИН, създадено от многовековната среща на Изтока и Запада.

Създаване на специфичен образ на духовните измерения на региона като КРЪСТОПЪТ НА ЕДИНСТВО В МНОГООБРАЗИЕТО.

III. СТРАТЕГИЧЕСКА ЦЕЛ

Стратегическата цел е **превръщане на КИН в съществен фактор за устойчиво социално-икономическо развитие.**

Необходима предпоставка за нейното изпълнение е опазване, съхранение и популяризиране на КИН, чрез създаване на модели за устойчиво разви-

тие на региона *чрез и за културата* и гарантиране приемствеността му между поколенията. Важен елемент е обвързването на КИН в региона със създаването на интегрирани тематични културни и туристически продукти и услуги.

IV. СТРАТЕГИЧЕСКИ ВЪЗМОЖНОСТИ - РЕГИОНАЛНО ЗНАЧИМИ ТЕМИ, ДЕФИНИРАНИ ОТ ФОРУМ СЕСИИТЕ

Разработените по-долу регионално значими приоритети са подчинени на следните основни фактори за оценка :

- Опазване
- Социализация
- Достъпност
- Популяризация
- Остойностяване
- Интеграция
- Партньорство

Регионално значимите теми и целите за всяка от тях са както следва:

1. Влиянието на Рим – античната древност на Монтана и католическото влияние в Чипровци

1.1. Довършване на новата сграда на археологически музей - Монтана, разположена под югоизточната порта на античната крепост;

1.2. Ресоциализация на обектите от античната древност в Монтана, т.е. Римска вила и лесопарк „Калето“ около античната крепост, и популяризиране на материалните и духовните достижения на „Чипровския XVII век“;

1.3. Стимулиране на културния, историческия и други типове туризъм;

1.4. Развиване на професионални партньорски мрежи на интеррегионално, трансгранично и европейско сътрудничество.

2. Уникалният торлак

2.1. Съхраняване и популяризиране на торлашкия фолклор чрез ежегоден национален събор „Торлаци смо, юнаци смо“, научноизследователска (теренни проучвания на етнологии, фолклористи и езиковеди) и издателска дейност;

2.2. Обвързване на торлашкия фолклор с останалите елементи на бита местното население;

2.3. Засилване на трансграничните контакти със съседни общини в Република Сърбия на базата на народното творчество.

3. Чипровският килим – история, символика и природно багрене

3.1. Категоризиране на Чипровския килим като обект на световното културно наследство от ЮНЕСКО и регистрирането на чипровския килим като търговска марка, действаща на територията на Европейския съюз - СТМ (Community Trade-Mark) чрез Патентното ведомство на Република България и Ведомството по хармонизация на вътрешния пазар (ОИМ) в Аликанте, Испания (www.ohim.eu.int)

3.2. Изграждане на Музей на килима с финансиране по програма „Култура на ЕС“;

3.3. Възстановяване на изчезнали багрини растения и обвързването на природното багрене с туризма, приложното изкуство и съвременния дизайн (напр. организиране на международен творчески пленер за художествен текстил с природно багрене).

4. Култови обекти на православие – оброци, църкви, манастири

4.1. Допроучване, документиране, адаптация и социализация на култовите места в региона;

4.2. Включване на многобройните оброци в Чипровско, църквите национални паметници на културата в селата Горна и Долна Вереница, храмът в Монтана „Св. св. Кирил и Методий“ и бъдещият храм „Св. Дух“, Чипровският, Лопушанският и Клисурският манастир в културни маршрути за развитие на поклоннически туризъм;

4.3. Създаване на тематични културни продукти.

5. Творчеството на Радичков – еманация на духа на Северозапада

5.1. Научни конференции за Радичков

5.2. Национален ученически литературен конкурс, свързан с творчеството на Радичков.

6. Творчеството на Дико Илиев – музикална емблема на Северозапада

6.1. Запазване на традицията на духовите оркестри и творчеството на Дико Илиев чрез стимулиране на интереса на подрастващите;

6.2. Продължаване традицията на международните празници на духовите оркестри „Дико Илиев“ в Монтана;

V. ПРИНЦИПИ ЗА РЕАЛИЗАЦИЯ

1. Отвореност

Настоящият документ за обща политика е отворен. Веднъж приет, той би трябвало да остане относително постоянен в стратегическата си насоченост и цели, но отворен и гъвкав – по отношение на мерките, и проектите.

2. Партньорство

Прилагането на принципа на партньорство е само по себе си механизъм за повишаване на капацитета за привличане на ресурси. Тази политика е създадена и ще се реализира на принципа на тясно сътрудничество между администрациите, културните институти, граждански, бизнес организации и други заинтересовани страни от община Монтана и община Чипровци с оглед на изискванията на ЕС за кандидатстване пред структурните фондове.

Общата политика се основава и на регламентиране на отношенията между местните власти, църковните настоятелства, културните институции, неправителствените организации, гражданското общество чрез обществените съвети за туризъм, обществените експертни съвети за култура, местните инициативни групи (МИГ), които предстои да бъдат формирани, и други заинтересовани страни.

Общата политика на двете общини предвижда въвличането и на други общини на територията на Област Монтана, които споделят настоящите цели

и приоритети.

Инициативите по изпълнение на тази политика трябва да стимулират дейности, които да се възползват и да разширяват възможностите на интеррегионално, трансгранично и европейско сътрудничество.

Развитие на публично-частното партньорство с оглед целите на политиката.

3. Надграждане

Всички културни продукти ще се реализират на принципа на надграждане и споделяне на позитивни тематични действия и инициативи. Тази съвместна политика ангажира местните власти и техните партньори в открити, последователни и свързани действия в процеса на реализирането на бъдещи съвместни действия на принципа „от проект в проект“.

4. Взаимна подкрепа

Представителите на заинтересованите страни от двете общини се съгласяват да подкрепят местни инициативи, които са в унисон с общата политика в областта на КИН. Съвместни действия с местните инициативни групи, които ще бъдат създадени по проект „Селска мрежа“ и „ЛИДЕР“.

VI. БЪДЕЩИ СЪПКИ И МЕХАНИЗЪМ ЗА РЕАЛИЗАЦИЯ НА ОБЩАТА ПОЛИТИКА

- Интеграция с общинските планове за развитие - компонент за КИН, с включване на проектните идеи;

- Аtestиране на нереализирани проектни идеи за последващо изпълнение с друго финансиране;

- Приемане на ОП от общинските съвети на двата града;

- Съгласуване на приетата от общинските съвети ОП на областно ниво;

- Съгласуване на ОП с националната оперативна програма „Регионално развитие“ 2007-2013 г.

- План за действие: Разработване на маркетингов подход с цел прилагане в действие на ОБ, чрез разработване на маркетингова стратегия за КИН на региона за периода 2007- 2013. Приоритизиране на проектните предложения: Срокове, отговорни лица, мониторинг. Общинските власти да използват в маркетинга на своите общини основните приоритети на общата политика , символът на Форум КИН „Монтана - Чипровци“, мотото „Където Изтокът среща Запада“ и другите инструменти за популяризация на КИН.

1. Интеграция с местната и регионална политика.

Настоящият документ за обща политика се приема първоначално и се съгласува с консенсус от участниците във Форумта.

Той се предоставя за обсъждане и приемане от Общинските съвети на партньорските общини. Форумът препоръчва политиката да бъде интегрирана и да стане неразделна част от общинските планове за развитие, като секторна политика за опазване и развитие на КИН. Маркиране на проекти в частта за междуобщинско коопериране чрез изграждане на мрежово сътрудничество. Също така, препоръчително е политиката да бъде отразена в областната стратегия за развитие, като предварително с нея са запознати представители на местните власти от областта и региона.

Нереализираните проектни идеи, разработени в резултат на форум – процеса или като продукт на социалния капитал на местната общност (например местни инициативни групи) получават обществен атестат за последващо изпълнение с друго финансиране.

Местната власт има ключова роля при изпълнението на амбициозните стратегически цели. От формулираните цели произлиза сложен комплекс от мерки/ задачи, излизаци откъд рутинните задължения и капацитет на общинските съвети и общинските администрации. Това налага идентифицирането на специална експертна група, която стимулира и следи за изпълнението, развива и дообогатява тази обща политика. За целта най-подходящо е експертния състав на Форумта да приеме създаването на такава група. Тя би могла да се сформира като допълнение на оперативната група на Форумта. Публичността на политиката не трябва да е формална. Активното привличане на бизнеса и неправителствения сектор е необходимо условие за реализация на бъдещите мерки и проекти. Липсващият ресурс от идеи, компетенции, мотивация и финанси се съдържа в местната общност. По повод изпълнението на общата политика, този ресурс трябва да бъде мобилизиран. Освен това е необходимо да се предприемат мерки за повишаване на общия експертен капацитет на заинтересованите страни чрез обучение на представители на ключовите субекти.

2. Организация и координация на дейностите, мониторинг и финансиране

2.1 Координация и наблюдение

Наблюдението за изпълнението на плана се извършва от специализирана (експертна) група за реализация на политиката на КИН, приета от Форумта. Съставът на групата може да бъде актуализиран по механизма и от органа, който приема актуализацията на документа за обща политика в областта на КИН.

Експертната група:

- разработва и ежегодно актуализира оперативни програми за реализация на политиката;
- разглежда и утвърждава индикаторите за наблюдение на изпълнението на програмата;
- периодично извършва преглед на постигнатия напредък и докладва;
- разглежда резултатите от изпълнението на мерките и степента на достигането на целите;
- разглежда резултатите от междинни оценки, когато е необходимо;
- ежегодно подготвя доклад за изпълнението на програмата, които се предоставят на общинските ръководства и Общински съвети;
- обсъжда необходимостта от разширяване на териториалния обхват на общата политика за КИН, като при необходимост предприема стъпки за нейното представяне ;
- прави предложения за усъвършенстване на плана, както и за преразпределяне на средствата по мерките, програмите и проектите.

2.2 Мониторинг

Мониторингът проследява не само използването на финансовия и ресурсен потенциал, но активно отчита и реалния прогрес на територията на

региона (настъпващи промени в състоянието на средата в резултат от предприети интервенции). Резултатите от периодичната оценка се подготвят от експертната група и се представят пред общинските съвети на включените общини, както и местните инициативни групи.

2.3 Финансиране

Основните **източници за финансиране** на планирани дейности и проекти са групирани както следва:

- **национални източници**, включващи средствата на държавното финансиране – републикански бюджет, собствени средства от общински бюджети, от търговски дружества с държавно и общинско участие и финансиране от частни търговски дружества;
- **средства от Европейския съюз** ;
- **безвъзмездни средства от други източници и донорски програми**;
- **привлечени средства**.

VII. ИЗВОД

С приемането на настоящия документ за обща политика в областта на КИН, участниците във форума (заинтересованите страни) декларират своята готовност за обединени усилия, ангажираност, последователност и постоянство, с цел използване на този ресурс за подобряване социално-икономическото развитие и утвърждаване атрактивността на региона.



Културното наследство на България в началото на XXI век – основни проблеми и тенденции

ТОДОР ЧОБАНОВ

В първото десетилетие на XXI век българското културно наследство се характеризира с една особеност, която е повод колкото за притеснение, толкова и за сериозен размисъл и действие. Тази особеност е, че в Република България действа един от най-старите в света закони в тази област - и със сигурност най-старият в Европа¹. На пръв поглед нищо обезпокоително, ако не беше важната подробност, че Законът за паметниците на културата действа почти непроменен в своята същност във вида, в който е замислен да обслужва нуждите на развитото социалистическо общество. И спъва всички опити за полезно действие и съхранение на доскоро изобилните български старини, обричайки ги да бъдат плячка на сенчести интереси.

Географското разположение на България предопределя изключителното струпуване на културни останки по нашите земи. Балканите са били в древността винаги главната порта на Европа и оттук още в праисторията преминават хора, стоки и идеи. Богато застъпени са всички основни исторически периоди – праистория, античност, средновековие. Особено добре представена по нашите земи е античната цивилизация, което е продиктувано от близката обвързаност със Средиземноморието, присъствието на уникалната тракийска култура, утвърждаването на гръцките колонии по Черноморското крайбрежие и римското завоевание, установило тук развитата градска култура на най-мощната империя на древния свят.

След Освобождението на България през 1878 г. се поставя на дневен ред въпросът за българските старини и съхраняването на материалните свидетелства за миналото на страната и нейните хора. В началото на XX век вече са започнали първите археологически проучвания, български специалисти завършват чуждестранни университети и се връщат, за да положат основите на научните дисциплини, свързани с миналото. България вече има своя модерен Закон за старините от 1911 г. – един от първите закони за наследството, приети на континента, който дава тласък на изследванията и развитието на музейното дело. Проучват се и се възстановяват паметници като църквата „Св. София“. За успехите в тази насока трябва се отчете приносът на тогавашните български обществени дейци, много от които са историци по образование. Изпъква дейността на Богдан Филев, който е по-известен днес с по-късната си политическа кариера. Преди да се заеме с политика Филев е дългогодишен директор на Археологическия музей (днес АИМ при БАН) и успява да създаде, заедно със своите колеги, система на работа, която кара хора от цялата страна да носят открити от тях предмети в София или да уведомяват местните власти. В онези години иманярството е в своя ембрионален, любителски стадий на развитие, а макар и да има отделни случаи на трафик, като например станалият известен покрай чинията от аукционната къща „Кристи“ случай от 1902 г.², те са по-скоро изолирани.

След 9 септември 1944 г. научните дисциплини, свързани с миналото,

получават приоритетно място в дневния ред на обществото, а музейната система започва бурно развитие. Българският комунизъм постепенно изпява националистически уклон и особено от края на 60-те и началото на 70-те години в историята на България се търсят конкретни мотиви, които да съживят обществения интегритет. За разлика от СССР у нас политическият диктат върху научните идеи в историческите дисциплини е сравнително мек. По-важното е, че се хвърлят огромни средства за издирване, изучаване и съхраняване на миналото и останките от него. Всеки град по правило си има музей, а от 80-те години започва, вероятно под влияние на западните практики, създаването на днешните национални музеи – мега музеи с големи колекции, концентрирани в София. Друг важен момент е и обвързването на образованието, особено на гимназиалното, с музейната система, и макар и да не се стига до наложената в държави като САЩ практика музеят да е място за водене на учебни занятия, се създава полезна връзка между средните училища и музеите. Започват, отново през 70-те години, и първите изложби на българско наследство зад граница, които днес са „запазена марка“ на България. Запознати считат, че много от промените от 70-те години се дължат на личното влияние на хора като Людмила Живкова и Александър Фол, които прокарат реформи в иначе доста консервативната система за управление на културното наследство.

Същевременно музейната система страда от редица проблеми, които не са преодолени и до днес – формализъм и униформизъм, липса на мотивация у работещите, постепенно маргинализиране на музейните сбирки, тотална липса на музееен мениджмънт, продиктувана от факта, че музеите са 100% субсидирани от държавата, постепенното откъсване на музеите от академичния живот, липса на работещи контакти с държавите от Западна Европа.

След 10-ти ноември 1989 г. започват реформи във всички сфери и най-вече се променя динамично икономиката на страната. Някак встрани от процесите на прехода остава културното наследство, където реформа на практика не се случва. Може да се каже, че днес, 18 години след 1989 г., то все още живее по правилата от 70-те години на XX век. Или поне тази част от него, която е в ръцете на държавата и общините. Защото докато Народното събрание упорито не приемаше ново законодателство в тази сфера, частните интереси се осъществиха – едновременно в и извън рамките на закона и даже приемането ни в ЕС на 1 януари 2007 г. не успя да стимулира започването на така необходимите решителни реформи.

Какви са основните проблеми на наследството днес и какво е нужно да се предприеме за неговото спасяване? Защо говорим за „спасяване“ и „оцеляване“, а не за „културна индустрия“ и „публично-частни партньорства“?

Главното е, че културното наследство спешно се нуждае от ново, модерно законодателство, обезпечено с модерна администрация, която да го прилага. Законът за паметниците на културата страда от „генетична обремененост“ която го прави неприложим в днешните условия. Всъщност може да се отправи критика и към Конституцията, която определя, за съжаление твърде неясно, че държавата има водеща роля по отношение на опазването на културноисторическото наследство³. Тук се констатира едно от значимите несъответствия в нормативно-правната рамка на България, на които се дължи съществуващият правен хаос – докато Конституцията говори за „културноисторическо наследство“, в ЗПКМ такова понятие няма. Там

става дума за паметници на културата⁴. И това е само част от проблема, тъй като определение „паметници на културата“ отсъства в международните документи, по които България е страна⁵ – нито в конвенциите за археологическото и архитектурното наследство на Съвета на Европа, нито в конвенцията за борба с трафика на културни ценности на ЮНЕСКО от 1970 г., нито другаде. Което е само едно от доказателствата, че е налице значително разминаване между философията и постулатите на тези актове и постановките на ЗПКМ. Тук следва също така да се отбележи фактът, че всички изброени международни актове изискват да се направят промени в националното законодателство, които да въведат техните разпоредби в правния мир на отделните държави. У нас това не е направено и ЗПКМ в значителна степен не отразява залегналите в конвенциите принципи, например как точно държавата следва да опазва архитектурното наследство, какви мерки се прилагат за стимулиране на собствениците и т.н.

Противоречия в дефинициите на ключови понятия има и между ЗПКМ и Закона за собствеността, между ЗПКМ и Закона за устройството на територията, между ЗПКМ и Наказателния кодекс⁶. Последното е особено тревожно тъй като се констатира, дори при повърхностно вглеждане, че Наказателният кодекс борави с различни определения от тези на ЗПКМ. Което създава за правораздавателната система непреодолими трудности, които в съчетание с нейните обичайни проблеми водят до почти пълна невъзможност за ефективна борба с иманярството и трафика на антики въпреки консолидацията на управленска воля в тази посока.

Друг основен проблем, свързан донякъде с остарелия и непригоден с реалностите понятиен апарат и липсата на интегритет с международните и национални норми на ЗПКМ, е отсъствието в този закон на ясен режим на собствеността. Законът не дава ясни отговори на въпроси като кой и как придобива, ползва и се разпорежда с частите на културното наследство. Докъде и как се ограничава собственика на културно наследство. Може ли да има търговия с паметници на културата и по какъв ред. Възможно ли е и как да става възпроизвеждането на културни ценности. Може ли да има частни музеи и сбирки и при какви правила функционират те. Въпросите са толкова много, а на практика в ЗПКМ от 1969г. не се съдържа адекватен отговор на нито един от тях, а някои изобщо не са залегнали в текстовете, тъй като не са били актуални по времето, когато законът-ветеран е съставен.

Констатира се, че всички опити да се приеме нов закон след 1989 г. се провалят. Експерти⁷ говорят за 7, 8 или дори 10 проектозакона, писани от различни групи експерти или екипи на Министерството на културата. Нито един обаче не е преминал на второ четене, макар и проектът от 2001 г да успява да премине първо. На какво се дължи това? Тук действат **комплекс от фактори**, най-важните от които са липсата на достатъчна мотивация у управляващите през годините, ниската приоритетност на културата в дневния ред на обществото, свръхскромния обем от средства, които се отделят за сектора и не на последно място изявената воля на тези, които печелят от липсата на правила⁸. Без да са директно представени в парламента или поне без да са открито изявени, лобистите на трафикантите на антики вероятно създават препятствия пред тези, които се опитват да прокарат ново законодателство. Проблемите тук са сходни с тези, свързани с легализирането на проституцията – липсата на правила облагодетелства тези, които в създадала-

та се ситуация заемат сериозни пазарни позиции. Без да се навлиза в подробности може да се констатира, че сенчестата икономика вероятно е способна да се противопоставя на тези обществени сили, които желаят създаването на ново статукво в сферата на културното наследство. Атаките често се реализират и чрез средствата за масова информация, например като се компрометират с мними или реални компромати едни или други лица, чрез които би могла да се ускори промяната или като се насочва общественото внимание към свързани проблеми, които обаче са значително по-маловажни, като например съдбата на частните колекции на едни или други колекционери.

Противно на общата тенденция в журналистиката да се концентрират материалите върху лошите новини – наречена от някои „негативен медиен тренд“, в сферата на културноисторическото наследство властва точно обратен ефект – загърбване на проблемите и фокусиране единствено върху сензационни успехи. Като пример може да се даде почти пълното пренебрежение на централните медии към съдбата на уникалния античен храм в Балчик, докато дори скромни открития, включващи златни предмети, изпълват цели страници.

Оправданата радост от откриването на едни или други значими артефакти в никакъв случай не може да се подлага на критика, ако не беше съпроводена от negliжиране на основните проблеми на сектора на културното наследство и особено на трафика на антики, който се явява поминък на цели села и на неизяснен брой дилъри у нас и в чужбина.

Вторачването в една златна маска само по себе си не е лошо, ако по същото време не се мълчи за хилядите предмети, които ежегодно напускат незаконно България и добиването и продажбата на които изхранват значима криминална мрежа с разклонения в други европейски държави и с големи възможности⁹, а цели римски градове като античната Рациария не се разрушаваха напълно. В крайна сметка именно медиите формират общественото отношение по всички важни въпроси, които не са директно свързани с бита на българина, и загърбването на проблемите на паметниците за един дълъг период някак потуши и обществената чувствителност по темата. А докато иманярството, захранващо незаконния трафик, не се осъзнава като опасно престъпление, не може да се води и ефективна борба с него. Дори в САЩ, сравнително млада държава, където често се говори за свръхлиберално отношение по редица въпроси, през 70-те години на XX век¹⁰ осъзнават, че рушенето на старините и безразборното копане в старинни обекти е вредно и опасно явление, за да се стигне дотам, че днес присъдите, произнесени над иманярите там са по-големи от тези в Европа.

Обнадеждаващо е, че случаи като този с чинията, предложена от „Кристи“ за продажба през ноември 2006 г., стимулираха медийната активност по проблемите на културното наследство. Чувствително се увеличи броят на публикациите и предаванията, като определени журналисти отчетливо започнаха да проявяват интерес към темата. Появиха се и първите филми, заснети със скрита камера, като този на „Нова телевизия“, демонстриращ тясната обвързаност на каналджийството и трафика с дейността на нумизматичните дружества у нас. Последва го филмът на БТВ, представящ кметове и други представители на местната власт, замесени в нелегалната търговия с антики. Тази активност на електронните и печатните медии постепенно компенсират

натрупаната с годините инертност и преодолява описаната тенденция да се дава гласност предимно на отделни открития, а не на проблемите на сектора като цяло.

Активизирането на медиите би следвало да повиши натиска върху законодателя с оглед това НС да изпълни конституционната си функция. Четвъртата власт би следвало да окаже позитивно влияние и върху работата на изпълнителната власт, която също страда от сериозни нормативни и административни проблеми. Всъщност ЗПКМ не изяснява ясно каква е институционалната рамка в сферата на културното наследство, а в три-четири члена са очертани основни функции, като са посочени техните изпълнители. Съществуващите днес институции – Министерството на културата, Националният институт за паметниците на културата (към МК) и Археологическият институт към БАН обаче не успяват ефективно да се справят със задачите си и това не се дължи само на липсата на средства. Налице е още застъпване на функции, липса на ясна отговорност и невъзможност да взаимодействат ефективно с МВР и съдебната власт. Донякъде това се дължи и на липсата на единоначалие – АИМ при БАН не е подчинен на Министъра на културата, а НИПК, макар и формално подчинен на МК, често действа без ясен мандат и приоритети, а всички споменати институции работят с подзаконовни нормативни актове от 70-те години.

Едва от края на 2006 и началото на 2007 г. започна, за първи път у нас, провеждането на общи действия между всички компетентни институции, свързани с подобряването на сигурността на музеите. Тези позитивни процеси би следвало да се превърнат в постоянна практика и да доведат и до скорошни изменения в НК, както и да подпомогнат приемането на нов закон за културното наследство.

Когато става въпрос за действащата у нас институционална рамка, следва да се обърне внимание и на друг феномен, водещ до опасни последици – функционирането на научна администрация. Става въпрос за учени, които същевременно са държавни служители и са натоварени с важни административни функции, включващи текущ контрол и същевременно изработването на експертни решения по конкретни проблеми. Това е един от множеството конфликти на интереси, които са налице в сега действащата институционална рамка и които водят до неефективност на системата и в съчетание с ниски заплати – до корупция. Европейският съюз пропагандира въвеждането в сферата на администрацията на принципа на разделение на функциите – би следвало едни лица и структури да планират, други да изпълняват, трети да контролират. А специализираната администрация у нас, в сферата на културното наследство, действа често на точно обратния принцип – защото според ЗПКМ и свързаните наредби има въпроси, по които едни и същи лица планират, изпълняват и контролират – последното понякога придобива феноменалния за една администрация характер на „самоконтрол“, при който всъщност контрол няма въобще. Създадени са и нормативни или процедурни механизми, които позволяват заобикалянето на едни или други текстове и злоупотреба с власт, например възможността да се издават разрешения за дадена дейност еднолично, без участието на предвидените колективни органи и при незачитане на едни или други процедури. Особено като се има предвид, че и до днес у нас не се изработват стратегии, планове и програми, свързани с културното наследство, бюджетирането е схематично, като са

изключени важни дейности, без които опазването на наследството би било проблематично. Примери са нежеланието да се изработват и приемат задължителните Перспективни програми за провеждане на теренни проучвания през последните години, разпределението на отпусканите средства не след конкурсна програма, а главно целево и субсидийно, липсата на модерни правила за провеждането на консервационно-реставрационни дейности и др. Не е разработен и ефективен модел за привличане на частни капитали в сферата, въпреки приемането на широко рекламирания Закон за меценатството, който е един от най-ярките примери за действащо законодателство с почти нулева приложимост.

След 10-ти ноември на практика Министерството на културата не извършва заедно с подчинените си ведомства необходимия контрол над музейната система и дейностите на гражданството, свързани с културно наследство. Първите истински проверки на музеите започват да се правят едва от 2004 г. нататък, което очертава период от 15 години, през който има рязко понижаване на контрола над музейната система. Не се контролира ефективно и огромната строителна дейност, участниците в която по правило не са мотивирани да съхраняват старините, а точно обратното – да ги заличават. Компетентните органи все още не са предприели нужното, за да принудят строителите да се съобразяват с остарелите, но правилни норми и да ги мотивират да съхраняват недвижимите паметници на културата, на които се гледа като на досадна пречка пред бързите печалби. И днес, в началото на XXI век, средностатистическият български строителен предприемач не осъзнава, че хотел с вграден античен храм или друга старина в него струва много повече, отколкото хотел без такава. Което води до нежеланието му да съхранява, видно в десетките нашумели случаи на разрушени от строителите древни паметници като тези в Силистра и Балчик от средата на 2007 г. или вече позабравения случай от средата на 90-те, когато в Южния парк в столицата безотговорен предприемач напълно разрушава уникална антична базилика, в която през IV век е проведен Сердикийският събор, събитие от световно значение. Или не по-малко скандалния опит на съмнителни пловдивски бизнесмени с офшорни фирми да превърнат античния форум на Филипопол в подземен паркинг, след като общината им е продала форума с акт, определящ уникалния паметник като „празно дворно място“¹¹. Впрочем проблемите със стопанисваните от общините паметници се дължат и на невъзможността да се изясни точно кой и как трябва да ги стопанисва. Тъй като през социализма държава и местна власт са на практика единсонъщци, този проблем става актуален едва след 10-ти ноември, когато се оказва, че общините ще трябва да стопанисват държавното обществено наследство и то без да получават субсидии за това. Тази ситуация несъмнено се дължи на липсата на ясна визия в онези години как да се стопанисва в новите условия културното наследство и на невъзможността на законодателя и на изпълнителната власт да предложат работещи решения.

Не се осъществява и необходимото актуване на много от паметниците, за да се стигне до феномени като съдебния спор между държавата и община Видин за правата върху крепостта „Баба Вида“, опита на община Велико Търново да апортира археологическия резерват „Царевец“ в смесена фирма, цитирания случай с форума в Пловдив и др.¹²

Реституцията от своя страна също поражда особени проблеми. Много

от собствениците не могат или не желаят да запазят сградите – архитектурно наследство в оригиналния им вид. Навсякъде в Европа администрацията е въоръжена с конкретни механизми – позитивни или негативни, с които да ги мотивира в нужната посока. В България обаче през 1996 г. излиза решение на Конституционния съд¹³ с което се заличават тези текстове от ЗПКМ, които позволяват на министъра на културата да принуждава недобросъвестните собственици да опазват архитектурните си паметници или да предприема директно мерки. Мотивите на съда са повече от странни – в решението се постановява, че от една страна Конвенцията за опазване на архитектурното наследство в Европа не може да се прилага у нас, въпреки че България е страна по нея, защото нашето наследство е българско, а не е европейско а също, че нейните постулати са неприложими, тъй като в текстовете ѝ става дума за обществен интерес, а у нас интересът бил държавен, общински или частен. От 1996 г. насам на практика е прекратен контролът върху архитектурните паметници, а предписанията на НИПК не се спазват поради невъзможността да се накажат нарушителите. Това се отнася в пълна степен и до новото строителство, засягащо културни останки. И там липсват правните и административни механизми, които да принудят заинтересованите лица да се съобразяват със закона.

Не по-малко тежко е положението и с движимите паметници на културата. След 1989 г. постепенно набира сила явление, което е характеризирано от някои като „иманярско движение“. Иманярство има и в годините на социализма, но тогава с него се занимава ДС и на практика е наложен тотален контрол, който не допуска едни или други предмети да напуснат територията на страната. С началото на промените и отслабването на контрола броят на иманярите лавинообразно нараства, внася се и все по-съвременна техника. Заработват големи канали за трафик на ценности, ориентирани основно към Германия, Великобритания и САЩ¹⁴. Докъм 1999 г. органите на МВР и съдебната власт къде повече, къде по-малко успешно работят по делата, свързани с иманярство и трафик. Даже има и несъмнени успехи – със сложни комбинации от чужбина са върнати редица уникални паметници, в изнасянето на които е замесена и организираната престъпност у нас. Разгадани са и обирите на музеи вътре в страната. Така например дейци на известна от началото на прехода групировка открадват от Видинския музей уникална статуя на почиващия Херакъл. Часове след обира статуята е на бюрото на известен мафиотски бос, днес отдавна покойник. Явно той не проявява интерес към предмета и след месеци полицията го открива и връща в музея. Емблематичен е и случая с откраднатите от римската вила „Армира“ край Ивайловград предмети, повечето от които са върнати у нас във втората половина на 90-те години¹⁵.

През 1999 г. обаче настъпва любопитен обрат – закрито бе специализираното звено за борба с престъпленията срещу културното наследство в НСБОП. Спира да се работи по тези престъпления с нужната активност и в съдебната власт. Тези промени се дължат предимно на субективни фактори: свързани със заинтересовани от липсата на контрол лица заемат отговорни властови позиции¹⁶, а ключови експерти в МВР са обявени за „персона нон-грата“ не поради друго, а заради факта, че са били преди 1989 г. служители на ДС. Цялостният регрес в дейността на съдебната и изпълнителната власт по отношение на борбата с посегателствата върху културното наследство

през периода след 1999 г. е видим например във факта, че когато през 2001 г. в съдебно дело за рекет¹⁷ иманяри признават, че са открили и продали 13 уникални византийски съда, но никой не обръща внимание, не е предприето и разследване на случая а години по-късно се оказва, че случаят е от огромна значимост и иманярите са казали самата истина. Друг емблематичен случай е и нежеланието на българските власти да действат, когато през 1999 г. в Германия е заловена пратка с 90 хиляди антични предмета с произход България. Въпреки желанието на германските власти и многократните запитвания по въпроса¹⁸, у нас никой не предприема необходимото и пратката е освободена. Случаят, най-вече скандалното бездействие на българските власти, предизвикват огромен отзвук в Европа, който остава някак недочут у нас. В редица международни издания излизат статии, представящи уникалната история през погледа на немските офицери от Интерпол, работили по случая. Въпросът се коментира и в рамките на специализирани международни форуми, цитира се в анализи и разработки по темата¹⁹.

От средата на 90-те години става нещо обичайно и да се извършват у нас обири на музеи. По правило „стоката“ се пласира веднага в чужбина, изпратена по добре разработените канали често с участието на митнически служители. Сред най-известните са случаите във Велико Търново, Враца, Ловеч. Откраднати са, по груби сметки, около 30-40 хиляди предмета. Точният брой никога няма да се установи, тъй като голяма част от музейните фондове не са надлежно описани. Така например след огледа на разбитата каса на Врачанския музей вътре са открити над хиляда сребърни монети, за които няма никакви документи. Някои музеи са обрани по няколко пъти, а и до днес няма произнесени присъди срещу тези директори, които са съхранявали ценности за милиони в каси или помещения без необходимото обезопасяване.

В последните две години разглежданата тенденция промени още веднъж своя ход, този път в позитивна посока. Отново това се дължи на отделни личности, а не на политики. Трябва да се подчертаят заслугите на главния прокурор г-н Борис Велчев, който с усилията си успява да мотивира за по-добра работа както прокуратурата, така и останалите институции. През лятото на 2006 г. бе сформирано наново и специализираното звено в НСБОП. Въпреки тези несъмнени успехи и резкия скок в броя на образуваните дела, липсата на адекватно законодателство си остава непреодолимото препятствие, спъващо работата на съдебната и изпълнителната власт. Министерството на културата предприе през 2006 г. нов опит да се създаде и предложи на Народното събрание законопроект, но поради редица причини проектът бе прехвърлен за изработване в Комисията по култура към парламента, в която понастоящем има само един депутат с необходимото специализирано образование. Към настоящия момент комисията работи по проекта вече 10 месеца без изгледи скоро да приключи което създава впечатлението, че в рамките на този парламент проектът няма да бъде представен и гласуван, или както бе формулирано в един журналистически материал по въпроса, „комисията губи времето на обществото“. Факт е, че всяка седмица забавяне води до невъзможността да се реагира ефективно на множеството проблемни случаи с движими и недвижими паметници, възникващи ежедневно. Спъва се развитието и на културния туризъм и усвояването на предвидените за него пари от структурните фондове.

Какво трябва да се предприеме отук нататък? Отговорът е ясен – нужно е спешно да се изработи и приеме нов Закон за културното наследство, който „да спаси“ наличните 5 млн. движими паметници на културата и 40 хиляди недвижими²⁰, попаднали понастоящем в опасно правно безвремие. Не е важно кой ще напише или внесе закона – важно е такъв да бъде приет. Неизбежно е провеждането на прословутата „амнистия“ на частните колекционери у нас, която всъщност ще представлява и еднократна регистрация. Макар и с наредбата от 2005 г. на Министъра на културата сега да е възможно да се регистрират колекции, поради различни мотиви повечето колекционери предпочитат да се крият. Новият закон трябва ясно да очертае линията, разделяща добросъвестните колекционери и тези, за които колекционерството върви ръка за ръка с незаконна търговия и трафик на културни ценности. Трябва да се породи ясен режим на собствеността с права и отговорности на собствениците на културни ценности. Администрацията и съдебната власт трябва да се обезпечат с работещи текстове, които да позволяват да се стимулират добрите и да се наказват строго лошите собственици. Цялостно трябва да се реформира институционалната рамка и да се сложи край на множеството конфликти на интереси, които днес пречат на нормалното стопанисване на старините. Нужен е мощен контролен апарат, който да обезпечи опазването на ценностите в музеите и у гражданите. Противоречията между Наказателния кодекс и специализираното законодателство трябва да се изгладят напълно, а наказанията да се увеличат до нивата в съседна Гърция и Италия. За да не бъде сочена страната ни за донор на незаконния трафик на културни ценности трябва да се активизират контактите със специализираните администрации на другите държави членки на ЕС, включително и по линия на ЕВРОПОЛ.

За да се даде възможност на културния туризъм да се разгърне е нужно да се позволи концесирането на културни обекти по ясни и работещи правила, преди което трябва безкомпромисно да се спре разрушаването на старини под прикритието на строителна дейност. Освен концесиите трябва да се създадат и други модели, най-вече публично частни партньорства, които да позволят функционирането на широки коалиции, които да поемат стопанисването на важни обекти по примера на страни като Италия, Испания и други. Трябва да се позволи на собствениците или стопанисващите лица да инвестират средства в обектите, при което да ползват данъчни облекчения или други стимули, като например участие в специални донорски програми.

За да се провежда ефективна политика в сферата на културното наследство и дори за целите на усвояването на средствата от ЕС, трябва да се изработи обща национална стратегия за културното наследство и стратегия за развитие на културния туризъм. Желателно е те да се приемат **преди** приемането на новия закон, а не след него, тъй като законът би трябвало да е инструмент за постигането на целите, които обществото си е поставило.

Какво трябва да се прави отук нататък е ясно. Въпросът е – има ли воля и осъзнало ли е българското общество, че културното наследство трябва да бъде спасено за идните поколения? Че то, освен фактор за формирането на националната идентичност, е част от реалната икономика, ценен ресурс, който не бива да се разхищава? Или един ден в учебниците по история ще се напише, че България е имала уникално наследство, завещано ѝ от седем цивилизации, което е пропиляла?

Историческа справка на българското законодателство за културноисторическото наследство

През 1888 г. в V Обикновено народно събрание е внесен Законопроект за издирване на старини и за спомагане на научни и книжовни предприятия.

Законът за издирване на старини и за спомагане на научни и книжовни предприятия е приет на следващата година, а влиза в сила на 17.01.1890. В този нормативен акт за пръв път на законодателно ниво е регламентирана необходимостта от събиране, опазване и съхранение на културноисторическото наследство, като са нормирани методите за насърчаване на този процес.

През 1911 г. е приет нов **Закон за старините**, който отменя предишния и влиза в сила от 18.02.1911 г. В новия закон за пръв път се поставя въпроса за регистрацията на всички предмети с културноисторическа стойност, като с това се цели най-вече предприемането на мерки по защитата и съхраняването им. Съобразно този закон през следващите години са публикувани **Списъци на старините** (Държавен вестник бр. 69 от 29.06.1927 г.; бр. 221 от 28.12.1927 г.; бр. 89 от 21.07.1928 г., бр. 33 от 12.05.1934 г. и бр. 37 от 17.02.1939 г.).

След приемането за Закон за старините на преден план изниква въпроса за приемане на закон, който да защити недвижимите имот, които са от значение за културноисторическото наследство на държавата. Това става с приемането на **Наредба-закон за запазване старинните постройки в населените места** (ДВ №135 от 20.06.1936 г.).

В законодателен план през следващите години са приети Заповеди за утвърждаване на Протокол и План на град Копривщица, отнасящи се до запазването на старинни улици, паметници и сгради в града. С последователно приети решения са утвърдени плановете на други градове, в които има места с културноисторическа стойност – със Заповед № 4109 е приет такъв план за гр. Трявна, а с Решение № 4107 – за гр. Несебър.

Относно паметниците на културата няма приет закон, който да урежда статута им, освен откъслечни текстове в разпоредбите, касаещи цялостното съхранение и опазване на старините и решенията за защита на местностите с културноисторическа стойност за държавата.

Изброените по-долу решения и отделни нормативни актове имат изолиран и епизодичен характер, като не регламентират в цялост вида, значението и мерките за опазване на паметниците на културата.

През 1882 г. от III Народно събрание е внесено Предложение за поддържане на домовете, в които е живял Цар Освободител през време на Освободителната война. През 1900 г. в тази насока е взето **Решение** от X-то ОНС за отпускане на 300 000 лв. за издигане паметник на Цар Освободител.

На 30.01.1906 г. е обнародван в ДВ № 23 **Закон за отпускане кредит** от 100 000 лв. за въздигане паметник на покойната първа българска княгиня Мария Луиза.

През 1907 г. (ДВ № 99 от 10.05.1907 г.) е приет **Закон за българския търговско-промишлен музей**. Субсидирането на музея с държавни средства се урежда чрез план за предоставяне на финансова помощ до 1921 г.

Същата година е приет и **Правилник** за реда, структурата и организацията на дейността в училищния музей при Министерството на народната

просвета.

През 1922 г. е обявена **Програма** за конкурса по издигане паметник на народния поет Иван Вазов (ДВ № 202 от 07.12.1921 г.). Прието е **Постановление** за отпускане на помощ от 200 000 лв. на Комитета за въздигане на паметник на българския народ.

През 1937 г. е приета **Наредба-закон** за въздигане паметник на Св. Св. Кирил и Методий (ДВ № 167 от 04.08.1937 г.).

През 1909 г. е приет Временен правилник за Народния археологически музей (ДВ № 262 от 30.11.1909 г.). На следващата година е приет окончателния **Правилник** за същия музей (ДВ № 276 от 17.12.1910 г.).

Постановление, в което се урежда статута и функциите на Археологическия музей е прието през 1921 г. (ДВ № 87 от 21.07.1921 г.), а през 1924 г. е прието **Постановление за народните музеи / археологически и етнографски** (с ДВ № 79 от 10.07.1924 г.).

През 1921 г. е прието **Постановление** за военноисторическите къщи, музеи и паметници. Същата година е прието **Решение** за обръщане къщата на поета Иван Вазов в музей и обявяване собственост на музея всички останали ръкописи и др. (решението е взето на 09.11.1921 г.).

На следващата година е приет специален закон за това – **Закон за съхранение дома, покъщнината, ръкописите и подаръците на покойния поет Иван Вазов**.

През 1942 г. е приет **Правилник за съдебния музей**, (ДВ № 54 от 12.03.1942 г.). През 1943 г. е приет **Правилник** за стажа и държавния изпит на кандидатите за асистенти в народните археологически и етнографски музеи.

През 1940 г. са обявени за провеждане конкурси по военни и културно-археологически паметници, военна живопис и скулптура, вътрешна и външна украса и други художествени предмети от военно естество (ДВ № 130 от 12.06.1940 г.).

През 1949 г. на законодателно обсъждане е предложена **Програма** за провеждане на конкурс за изработване проект за паметник на Съветската армия в София. През същата година е приет **Правилник** за провеждане конкурс за паметници, живописни скулптурни творби и творби на приложното изкуство.

Закон, който частично урежда статута на паметниците, музеите, ролята им за възраждане на културноисторическото съзнание на гражданите и грижите за тяхното създаване, опазване и съхранение е **Законът за военните гробове, гробища, гробници, костници, мавзолеи и паметници** (ДВ № 165 от 29.07.1942 г.).

През 1965 г. е приет **Устройствен правилник за народните, специалните, възпоменателните музеи към народните съвети и ведомствата** (ДВ № 44 от 04.07.1965 г.).

През 1967 г. се приема **Наредба за устройството и работата на научноизследователските групи в музеите към народните съвети и ведомствата**.

На 28.04.1953 г. е приет **Правилник за използване на архитектурните паметниците** (ДВ № 34 от 28.04.1953 г.).

През 1967 г. е приет **Правилник за изваждане и запазване на намиращите се под вода паметници на културата и природни забележителности от водната флора и фауна** (ДВ № 53 от 07.07.1967 г.).

Сега действащият **Закон за паметниците на културата и музеите** е приет през 1969 г (Обн. - ДВ, бр. 29 от 11 април 1969 г.; изм. и доп., бр. 29 от 1973 г., бр. 36 от 1979 г., бр. 87 от 1980 г., бр. 102 от 1981 г., бр. 45 от 1984 г., бр. 45 от 1989 г., бр. 10 и 14 от 1990 г.; изм. и доп., бр. 112 от 1995 г.; бр. 31 от 1996 г. - Решение № 5 от 1996 г. по КД № 4 от 1996 г.; изм., бр. 44 от 1996 г., бр. 117 от 1997 г., бр. 153 от 1998 г.; изм. с § 4 от Закона за деноминация на лева - бр. 20 от 05.03.1999 г.; изм. и доп., бр. 50 от 1999 г., бр. 55 от 2004 г.; изм., бр. 28, изм. доп. ДВ бр. 942005 г., бр. 21, изм. ДВ бр. 30/2006 г.)

С **Решение** на МД № 90 от 05.05.1973 г. се създава Националния исторически музей и изглаждане на музеен комплекс в София (ДВ № 41 от 25.05.1973 г.).

През 1974 г е приета Наредба за отчитане и опазване на движими паметници на културата. Няколко години по-късно е приет Правилник за устройството и задълженията на Националния институт за паметниците на културата (ДВ № 102 от 24.12.1976 г., изм. бр.47 от 1978 г., бр.73 от 1979 г.).

През 1975 г. се взема **Решение** за създаване на Национален музей на българската литература.

На следващата година с **Решение** на МС от 14.05.1976 г. се създава Национален музей на народното образование..

През 1976 г. е приета **Наредба №7 за възнагражденията за материали, предадени на музеите** (ДВ № 11 от 06.02.1976 г.).

През 1978 г. е приета **Наредба № 16** за определяне на увеличената стойност и вписване на законна ипотека върху недвижими имоти – паметници на културата – ДВ бр.59 от 28.07.1978 г.

На следващата година е приета **Наредба № 5** за издирване, изучаване и документиране на недвижимите паметници на културата (ДВ бр.6 от 19.01.1979 г., а няколко месеца по-късно е приета **Наредба №6** за използване и представяне на недвижимите паметници на културата/ ДВ бр.30 от 13.04.1979 г.).

Наредба №17 определя границите и режима за използване и опазване на недвижимите паметници на културата извън населените места (ДВ № 35 от 04.05.1979 г.).

През 1983 г. е приета **Наредба №11** за реда за приемане на извършени консервационни и реставрационни работи по недвижимите паметници на културата (ДВ № 25 от 29.03.1983 г.).

Паметниците на културата на Република България и тяхната роля за съхраняване на националната културна идентичност са съществен фактор в усилията за устойчиво развитие на страната. Те са и неоспорими свидетелства за принадлежността ни към европейското културно пространство. В такава насока са мотивите по внесените законопроекти за изменение на действащия Закон за паметниците на културата и музеите.

През 2004-2005 г. са приети **Наредбата за износ и временен износ** на движими паметници на културата и Наредбата за реда на извършване на експертни оценки на декларирани движими паметници на културата, собственост на физически и юридически лица (**Наредба №1 2005г.**).

¹ Съгласно проучвания 115, 122 и 123 на програма „Студенти на стаж в Парламента“ към НС.

² През 1902 г. най-интересните находки са продадени на френския консул в Пловдив и изнесени във Франция, но в стриктен смисъл няма трафик, тъй като не са действали забрани за това.

³ Конституция на Р България, чл.23

⁴ ЗПКМ, чл.3

⁵ Като Конвенцията на ЮНЕСКО от 1970, Европейската културна конвенция, Конвенцията на Съвета на Европа за опазване на архитектурното наследство в Европа и Конвенцията на Съвета на Европа за археологическото наследство.

⁶ Източник „Сравнително законодателно изследване на правната уредба на България и в някои европейски държави в сферата на културно-историческото наследство“, София 2006 г.

⁷ Публикации във в-к „24 часа“, „Дневник“, „Труд“ и др.

⁸ Основно става въпрос за постоянното отлагане и забавяне на необходимите законодателни действия и невъзможността да се стигне до гласуване на второ четене на внесените в няколко народни събрания законопроекти.

⁹ По оперативни данни; официални доклади никога не са публикувани у нас. През 2007 г. бе направено и голямо проучване на Центъра за изследване на демокрацията, което стигна до подобни констатации.

¹⁰ Закон за защита на археологичните богатства от 1979 г.

¹¹ Авторът разполага с документацията по случая, включително и с въпросния акт. В резултат на тези действия на община Пловдив МРРБ започна и спечели дело, с което обезсили разпорежданията на общината с паметника.

¹² Документацията по тези случаи бе набрана от Инспектората за културно наследство на МК след 2004 г.

¹³ ДВ, бр. 31 от 1996 г.

¹⁴ Изследване на Центъра за изследване на демокрацията от 2007 г.

¹⁵ По публикации в медиите и интервюта със служители на МВР, проведени от автора

¹⁶ Авторът предпочита да не посочва за кои конкретно лица от съображения за сигурност.

¹⁷ Наказателно дело от общ характер 1575/2001г. на Пазарджишкия районен съд.

¹⁸ Преписката по случая е описана от германски служител на Интерпол в обшир-на статия в *International journal of Cultural property* volume 11, 2002, споменавания има и в други издания, включително и в Интернет.

¹⁹ Въпросът е поставен неофициално на българските участници в конференцията „*Illicit trafficking of cultural goods*“, организирана в Ротердам през 2004 г.

²⁰ Източник: Министерството на културата

Културноисторическото наследство като стока – на светло и на тъмно!*

ПЛАМЕН КРАЙСКИ

Може би това заглавието ще ви се стори малко старомодно?

Аз съм далеч от мисълта да теоретизирам, но май ще го направя, защото, убеден съм, че това е най-честото упражнение, което се прави на подобни форуми. Ще се опитам да представя впечатления и констатации, които се натрапиха в съзнанието ми през последната година. Позволявам си да го направя след повече от двадесетгодишно отсъствие. Затова и спокойно можех да се проявя като плагиат като формулирам заглавието си така: „Културноисторическото ни наследство – двацет години по-късно“.

Не съм убеден, че след това, което ще споделя с вас, няма да ми се прииска да сменя заглавието със заглавие от рода: „Къде обядва президентът Буш в София?“

Ще се опитам да размишлявам като българин, инвестирал в един продукт, пряко свързан с културноисторическото ни наследство и като член на сдружение „Кръг Будител“, чиято основна цел е да подпомогне съхранението и популяризирането на културноисторическото ни наследство. В тези си качества се чувствам независим.

Какво заварих? С две думи - липса на промяна.

Държавата - еднозначен собственик - по закон. Собственик, който няма ясна концепция и стратегия за опазване на недвижимите и движимите паметници на културата, материални и нематериални. Държава, която е пренебрегнала развитието на човешкия потенциал и образованието в рамките на изследваната тема. Държава, която участва чрез свой служители/ длъжностни лица в иманярски набези, пряко или чрез удобната си позиция на безмълвен, бездеен и глух наблюдател. Подобно на онези прословути африкански маймуни. Тотално обърквана законова система, която след по-внимателно прочитане те вкарва в безхаберието си и се чудиш кого обслужва – музеите, чиновниците или иманярите и търговците на антики.

Масово разрушаване на вече открити недвижими паметници на културата и потънали в забвение находки в непригодните музейни хранилища. Бих ги нарекъл по-скоро складове.

Разкопки, провеждани с възрожденски патриотизъм и без осигурени средства за консервация. Сигурен начин да изчезне завинаги откритото. Масово строителство, което тотално разрушава всичко открито, за да не бъде спряно. Примерите са безброй – от центъра на София до турската граница и от там до румънската. Да не говорим за Арчар и Гиген – златните мини на иманярите. И, ако министерството на културата се опитва да озапти откривателската страст на колегите археолози, то стои безидейно спрямо иманярите. Затова и се е утвърдила практиката след последните да вървят археолозите, дано спасят нещо.

Иначе казано, просто нещата не се помръдват.

Чуват се различни по емоционалното си съдържание реплики: положителни – ще развиваме „културен туризъм“ и отрицателни: „няма пари“.

Ако тръгнем от горните мрачни констатации, ще стигнем до извода, че е крайно време да преодолеем ред разбирания, пренесени във времето от преди 17 години. Трябва ясно и категорично да се справим с понятията, които съвременността ни налага - продукт и стока, пазарно стопанство. Ще ни се наложи да ги напълним със съдържанието, наречено „културноисторическо наследство“ и ясно, напълно осъзнато, да го приемем като пазарен продукт или като стока. Уви, може да не ни се иска, но времето, в което живеем и онова, към което се стремим, изискват да преосмислим много стари понятия, практики ... и навици, разбира се. Защото не може да говорим за пазар на културата, а от него да изключим културно-историческото наследство, а за да има пазар трябва да има продукти или стока.

В линията на тези мисли би трябвало ясно и категорично да успеем да направим класификация на културно-историческото ни наследство и да го определим точно и ясно като „стока“ или „продукт“ в битността му на елемент от пазара.

Безспорно и най-лесно ще бъде да кажем – културно-историческото наследство не се продава. То е национална ценност и е публична собственост.

Но пак толкова безспорно ще бъде, ако кажем, че това твърдение просто е невярно. Ще бъде невярно, защото това наследство служи за създаване на такива пазарни продукти, каквито са музейните експозиции, изложбите, каталозите, сувенирните копия на предмети от нашите старини. Така то се превръща във вид стока, която излиза на конкуриращия се пазар и търси своята цена. Това твърдение обаче ще е невярно, защото знаем, че много паметници от нашето културно-историческо наследство са и частни. По сега съществуващата практика, за която се казва, че е криминална, тази собственост е придобита незаконно. Законно или не, на светло или на тъмно пазарът с материални културни ценности се развива доста успешно. Той е съществувал, съществува и ще съществува независимо от това колко стар или млад е законът за паметниците на културата.

Става ясно, че пазар на продукти или стоки, свързани пряко с културно-историческото ни наследство има и този пазар безспорно трябва да се развива. Да се развива на светло.

Какво характеризира българския пазар? Това е преди всичко един свит и беден пазар. Пазар, който все още се развива, и който поради малобройността на потребителите си, винаги ще остане свит. А пазарът на културноисторически ценности е просто един фрагмент от него. И тук идва другият въпрос – може ли да си внесем потребители отвън? Може, ако направим нужната инвестиция. Иначе не става. Пазарен закон! Това е така и поради простия факт, че инвестицията трябва да бъде достатъчно сериозна и много трудно би се върнала само чрез местния потребител.

Имаме ли достатъчно обучен и способен мениджърски потенциал? Не, нямаме, защото просто не го създаваме. Пазарът не приема да бъдеш едновременно добър учен, добър музейен специалист и добър мениджър. Ако някъде това се случва – вярвайте ми, то е случайно. Ако не се погрижим за това, просто ще имаме един мениджър – възрожденец работохолик. Нещо, което е характерно днес за системата на култура въобще, но не и полезно.

Не е ясно до къде свършва държавната субсидия, къде е държавната протекция, как ще стане децентрализацията и тогава до къде ще се простира

държавното участие. Жалкото е, че в тази посока има огромен и преди всичко европейски опит, който не се използва.

Ако погледнем бегло един общински бюджет, ще видим, че той е стъкмен по стандартния начин и в крайна сметка завършва с думите – „няма пари“. Никъде обаче не са посочени критериите, по които ще се определя бюджетът на един общински музей. Никъде в него не е казано, че бюджетът на музея ще зависи от това как той се е справил с една от основните си задачи да бъде образователен център за младите в общината. И ако в тази посока има резултати, то да му се дадат повече пари. Същото важи и за училищата, и училищата, но това е друга тема. А, за да се случи това, за да дойдат пари и от други дейности, просто трябва добър мениджърски екип. Така например, миналото лято стигнах до Стрелча, воден от спомена за присъствието ми при отварянето на гробницата от д-р Георги Китов преди 30 години. Имаше добре стъкмена научна конференция. Гост беше нашият президент Георги Първанов. И... нищо не беше се променило. Същият 300-та метров черен път от асфалта ни заведе до гробницата, която набързо беше почистена от немарата - заради височайшето посещение. Огледах се и дори познах мястото, където беше палатката ми преди 30 години. Един великолепен паметник на тракийската култура продължава да стои потънал в бурените на чиновническото безхаберие.

Пак тогава, по същото време, миналото лято стигнах и до Старосел. Бях ходил непосредствено след откриването на храма-гробница. Сега, след пет години, тук заварих пълна липса на немара. Хубав асфалтов път до обекта, паркинг, пейки, екскурзоводи, щанд за книжки и сувенири. Заварих и много леки коли и автобуси. Просто бизнесът вървеше.

И още един пример - храмът-гробница „Голямата Косматка“ край град Шипка. Грандиозен паметник с великолепно изградена опазваща сграда. Перфектно свършена работа. Но до тук. Епизодични посетители, макар и да се намира на метри от пътя през прохода „Шипка“.

Да не говоря за тракийския град Кабиле, до Ямбол, който прекрасно може да се разгледа на сателитните карти и снимки, публикувани от американците в Гугъла, но на живо, може ли?

Не е нужно да обобщавам – просто въпрос на мениджмънт.

Трябва да споделя от опит, че нивото на което се намира българският бизнес все още не е онова, което би позволило той да изпълнява качествено и пълно своята социална и културна роля. Да стане спонсор и меценат в сферата на културно-историческото наследство.

Трудното икономическо положение, в което се намират стопанските организации и индивидуалните дарители и спонсори в България, както и липсата на изградени традиции в това отношение, слагат отпечатък върху формирането и съществуването на пазар на субсидии. Независимо от това неговата поява би била израз на гражданска активност и съпричастност към проблемите, за които говорим. Стратегическата перспектива е свързана не със заместването на държавата, а в корекцията на нейното поведение. В тази посока смятаме да работим и ние от сдружение „Кръг Будител“.

Убеден съм, че това време ще дойде, но до тогава?

До тогава държавата трябва ясно и категорично да се справи със законната рамка. Да се дефинира точно вида собственост – държавна, общинска и частна във въпросната сфера. Без признаването правото на съществу-

ване на частните колекции и музей няма да се мине. Без нормална и светла регистрация на частните колекции, ние просто ще си останем в миналото, защото съществуващата рестрикция, както и създаването на нова такава просто ще ги изнесе в необятното безгранично пространство на Европейския съюз, а от там Бог знае къде? Не е логично да се говори, че сега тепърва трябва да се доказва произход и начин на придобиване. Просто практически това няма да е осъществимо. По-логично е към момента на приемането на една законова норма, разрешаваща частното колекционерство, досегашното състояние да бъде амнистирано по принципа за давност. Ако не приемем това твърдение за логично, то тогава трябва да не приемаме и съществуването на редица световноизвестни музей, които биха били затворени по нормата на българското законодателство днес. Така мисля!

Трябва упорито и дори нахално да поставяме въпроса за обучението на новите кадри, за създаването на ефективен музеен мениджмънт.

Крайно необходимо е възстановяването на връзката музей - училище. Това не е сложно и е въпрос на музейни и учебни планове, както и на определена финансова принуда от осигуряващите бюджетите на музеите и училищата.

Определено връзката музей - туроператор трябва да стане равнопоставена и ако държавата иска да печели от, не знам защо така наречения, „културен туризъм“, просто да пипне малко документите, чрез които се сертифицират туристическите фирми.

Относно икономиката в културата има вече достатъчно литература, но не би било зле, ако се поработи и върху тясната специфика на икономиката в културно-историческото ни наследство. Един достатъчен поглед върху литературата по въпроса показва, че има писано за всички форми на култура и изкуство, но не и за културно-историческото наследство. До някъде, в рамките на общата схема на проучванията си към този въпрос се докосва д-р Биляна Томова¹.

Не намирам за уместен един от въпросите, поставени в тематичната рамка на конференцията ни – без министерство на културата или със силно министерство на културата. Американски или френски модел. Бих казал – нито едното, нито другото. Ние трябва да изградим свой, български модел, съобразен със спецификата на нашата държава, с възможностите на нашата икономика и пазар и, не на последно място, съобразен с народопсихологията ни.

Организаторите на тази конференция са поставили в тематичната рамка толкова много въпроси, че чисто времево тяхното разглеждане изисква според мен години. Да не говорим, че се очаква резултат. Аз бих попитал какъв резултат се очаква? Едно е безспорно и видимо – ще бъде отчетено поредното мероприятие и т.н. обществено обсъждане, колегите, занимаващи се с наука, ще добавят още едно заглавие в библиографиите си и май, чисто по български, нещата ще спрат до тук. Те едва ли ще излязат зад стените на тази сграда. Това ще е така, защото не се вижда политическа воля за изработване на една ясна и видима национална културна доктрина.

Някой може да подметне: „Много си критичен и песимистичен г-н Крайски!“ Не, оптимист съм, защото просто времето повече не би ни търпяло.

А аз ще го попитам: „Къде обядва президентът Буш при посещението си в София?“ На пресконференцията в Археологическия музей, наред с всичко

друго, което искаше да ни каже американският президент разбрахме, че го очаква и обяд. Даже го повтори два пъти.

Къде обядва Буш? Където го покани домакинят му – президентът Първанов, в Националния исторически музей. В една от най-красивите му зали – Залата със слънцето. В нея е разположена експозицията, разказваща за средновековната българска държава. И тук беше постлана софра за 120 души. Да каже човек, че е за първи и последен път – да го подминеш, но това е една порочна практика, която съществува от години. Националният исторически музей се е превърнал от място за поклонение пред българските ценности и „културен туризъм“, както е модно да се казва, в място за купони, обеда и вечери, балове и коктейли. Това си е една обществена тайна. Темата има много критикари и поддръжници, но до тук. Истината е, че подобно отношение към националното ни богатство граничи с престъпление, но като всяка истина тя има и обратна страна. Защо се стига до тук? Хич и не мисля да виня музейните специалисти и директора на музея ст.н.с. Божидар Димитров. Цяло геройство е, че в унизителните условия, в които е поставено българското културноисторическо наследство, една такава институция живее. Живее с жалкия бюджет, който им отпуска държавата за символични запласти и да си платят тока. А успяват да направят и нещо ново, ако се намери спонсор.

Но да се върнем на софрата. Тук освен уважаваният гост и домакинят му, разбрахме, че са яли, пили и се веселили целият кабинет, подкрепен мощно от представители на Парламента и политическите партии... Яли са и пили точно тези, които трябва да проявят политическа воля и да направят нужното музеите ни да не се превръщат в кръчми, а да бъдат наистина място за естетическа наслада и образование.

Другото ще го направим вие и ние – музейните специалисти и неправителствените организации.

Дебат за Закона за културното наследство

ДИАНА АНДРЕЕВА

На 21.02.2007 г. Центърът за култура и дебат „Червената къща А. Николов“, организира дебат върху принципите и философията на подготвяния в момента Закон за културното наследство.

В дебата взеха участие **Румян Ганчев** - директор на дирекция „Музеи, галерии и изобразителни изкуства“, Министерство на културата, **д-р Николай Михайлов**, член на Комисията по култура към 40-то Народно събрание, **Румен Драганов**, председател на Софийски съвет по туризъм, **Тодор Чобанов**, главен инспектор, Министерство на културата, **Проф. Николай Овчаров**, археолог, **д-р Риимер Кнооп**, експерт по културно наследство на Н.В. Кралицата на Холандия и **Мила Минева**, модератор.

В публиката бяха поканени над 50 експерта от почти всички институции, които са ангажирани с движимото и недвижимо културно наследство в страната.

Необходимостта от този дебат до известна степен беше предизвикана от преобладаващото обществено мнение, че новият Закон за културното наследство се приема от малка група експерти, без широка публична дискусия, на тъмно. А, оттам и съмнението в ефективността на закон създаден по такъв начин.

Концепцията за дебата беше разработвана близо два месеца и основните въпроси бяха: кои са най-важните, проблематичните, трудни за съгласуване места в законодателството, къде са необходими незабавни промени и защо Законът за паметниците на културата от 1969 г. е остарял и неефективен. Така бе очертана рамка за дискусия, засягаща следните проблематични теми:

1. Изискванията на държавата за съхраняването и експонирането на културното наследство. Движение (търговия) на културните ценности. Износ и временен износ на културни ценности.

2. Кои ще бъдат органите за управление на културното наследство? Какви са възможностите за частен мениджмънт на държавната собственост и концесии на туристическата част от обектите? Как ще бъдат дефинирани отношенията между специалистите и частните предприемачи?

3. Какви трябва да бъдат административно-наказателните разпоредби предвидени в закона за културното наследство? И какви ще са активните мерки срещу иманярството и нелегалния трафик на ценности?

4. Разрешаване и регламентиране на доброволческата активност спрямо културното наследство - дефиниране на отношенията между специалистите и доброволците чрез ясни права и задължения.

С най-голям интерес, публиката очакваше изказванията на **д-р Николай Михайлов**, представител на законодателната власт и член на Коми-

сията по култура към 40-то НС, която разработва проектозакона за културното наследство, както и на **Румян Ганчев**, директор на дирекция «Музеи, галерии и изобразителни изкуства». Експерите по културно наследство, които на практика бяха основната част от публиката, очакваха от представителите на законодателната и изпълнителната власт да «открехнат» вратата на готвените промени, да осветлят философията на готвения закон.

От самото начало на разговора д-р Н. Михайлов, побърза да уточни разделението на законодателството на либерално и консервативно, в зависимост от това, южноевропейско или северноевропейско е то. Тоест, в Южна Европа, държавите са «по-богати на културно наследство», което от своя страна предполага по-голямо участие на държавата при грижата за културното наследство. По отношение на частните колекции, д-р Михайлов си послужи с максимата, че «амнистията деморализира обществото и не може да бъде амнистирано престъпление, което терминът амнистия предполага» или че собствеността на всички частни колекции у нас трябва да бъде доказана, а не те да бъдат просто така, амнистирани. Според него това е норма на «здравия разум», собствениците на «емблематични» колекции да докажат «вещ по вещь» легалността на техния произход преди те да бъдат легитимирани. В заключение д-р Михайлов даде щедри политически обещания, че «този закон ще бъде работен публично, интерпретиран от всички, на късо гражданско разстояние всеки от заинтересованите лица, да има възможност да се изкаже, че имат решимост този закон да бъде публичен във фазата на неговото развитие».

Румян Ганчев от своя страна внесе уточнение, че в началото на 2006 г. в Министерството на културата, 18 експерта започват работа по проектозакон за културното наследство. След около 3-4 месеца е разработен първи вариант на Закона, който е представен в Комисията по култура към НС. След взето политическо решение, изработването на новия закон се прехвърля изцяло в Комисията по култура с обновен и разширен екип от експерти. Главната идея на закона, според Румян Ганчев е той да гарантира при новите пазарни условия опазването на културното наследство в България, не само за движимото и недвижимото, а и за нематериалното културно наследство. Заедно с това, трябва да бъдат решени въпроси по отношение на собствеността на културното наследство, за частните колекции и музеи (фундаментален въпрос, който стои в основата на този закон), публично-частното партньорство, въпросът за търговията с културни ценности и др.

д-р Риимер Кнооп, експерт по културно наследство на Н.В. Кралицата на Холандия сподели част от 15 годишният си опит в културното наследство в различни точки на Европа. Според него един от най-важните аспекти на културното наследство е, че свързва хората от миналото с хората днес, дори и това да изисква определени усилия. Ролята на правителствата е да помогне в тези усилия - ако културата и културното наследство са направени от хората и за хората, тогава законите и регулациите трябва първо да стимулират и да са в помощ на обществото да се обвърже с тях. Вторият важен аспект, според Кнооп, е насърчаване на частните собстве-

ници на антики да се регистрират официално и да излязат на светло и може би да открият музей.

Според представителя на туристическия бранш, **Румен Драганов**, нашето културно наследство е една добре опазена тайна и цялото усилие на обществото в момента е насочено към това колко по-малко да спечелим от него и как по-малко да го покажем на туристите. Неговият призив в залата беше за закон за културното наследство, обслужващ туризма. Това, което искат да видят в туристическия бранш е партньор, тъй като според общественото мнение 100% от туризма е частна собственост и някак доста несправедливо се изключва държавата и общините като собственик на атракциите в туризма, а именно културно и природно наследство. «Собственик», с поведение на собственик, което означава да може да отдава своята собственост, да може да я продава и т.н.. За туристическите организации е от изключителна важност фактическите собственици в лицето на държавата, общините и частните лица, да бъдат абсолютно освободени по този закон и да имат свободно поведение на пазара, действително да се явяват партньор на туризма именно в тази му част, да могат да управляват собствеността, а ако не могат да я дадат на бизнеса.

Археологът **проф. Н. Овчаров**, призова за умерена политика, по отношение на легализирането на частните колекции и създаването на частни музеи, без рестриктивни мерки, които водят до обратен ефект. Според него, по този въпрос трябва да се подходи прагматично, а не емоционално. Друг важен въпрос, върху който акцентира проф. Овчаров е свързан с недвижимите паметници и по-точно с т.нар. приоритетни паметници от национално значение, които да бъдат изцяло под егидата на държавата.

Във връзка с контрола върху търговията с движими ценности се изказа за **Тодор Чобанов**, главен инспектор в Министерство на културата. Според него забавянето на закона и на т.нар. амнистия, подпомага иманярството и нелегалната търговия. Легализирането на търговията, трябва да става с ясни правила, да излезе на светло сегашната неформална и незаконна аукционна дейност, за да може държавата да събира данъци и такси върху нея. В европейската практика от събирането на тези такси се учредява фонд за предпочитателно (преференциално ?) изкупуване на предмети. Според него, за по-ефективни контрол и санкции върху нелегалния трафик с движимо културно наследство е необходима незабавна промяна в неработещите текстове от Наказателния кодекс.

В последвалата дискусия между участниците в панела и публиката се засегнаха въпроси на първо място върху механизма, по който се създава Законът за културното наследство, в тесен кръг от експерти, без обществена дискусия и без да се взима мнението на заинтересованите лица при изграждане на философията на закона. Не по-маловажен е въпросът за финансирането на културното наследство, тъй като при повече от около 40 хил. паметника средствата за тяхното опазване и достъп от държавата са крайно недостатъчни. Друг важен въпрос, който бе засегнат, е свързан със собствеността на движимите ценности или т.нар. частни колекции и тяхно-

то легализиране. Болшинството от изказалите подкрепят легализирането на частните колекции, на принципа на по-малкото зло.

За финал на дебата д-р Николай Михайлов обеща ,че след като бъде резюмиран дебата, той ще бъде предаден в Комисията по култура към 40 НС и всички направени предложение по закона, ще бъдат взети под внимание. Също така, след като бъде завършен един основен раздел от закона, той да бъде предложен за публично обсъждане.

Повече от половин година след емоционалния дебат за новият закон за Културното наследство, състоял се в Център за култура и дебат “Червената къща“, обещанията, които бяха направени във връзка публичното обсъждане по изготвянето на закона за Културното наследство, все още не са осъществени.



Художественият пазар – чаровно предизвикателство

ВЕСЕЛА ХРИСТОВА-РАДОЕВА

Липсва ми споделеното отношение към художествения пазар в България. Макар и сравнително малко на брой, вече има заявени играчи, които могат не просто да разкажат за практиката си, а да се опитат със съвместни усилия да определят рамките на контактите помежду си. Пазарът е бил, е и винаги ще бъде място за среща на много продавачи с много купувачи. Задължително е те да имат информация едни за други и да я използват разумно.

Не мисля, че изкуството е за „широките“ маси и за всекидневието. Още по-малко неговият пазар. Според анализаторите цената на произведенията на изкуството зависи пряко от стандарта на живот в дадена страна и има определящо значение, когато става дума да **финансово инвестиране**.

За периода януари 2001 – юли 2005 г., например, във Великобритания инвестирането в недвижими имоти и в изкуство е еднакво успешно като дори вторият вид излиза крачка напред (съответно нарастването е 91% към 92%). Във Франция недвижимите имоти определено са най-рентабилната форма за влагане на финансови средства – ако цените на старите жилища повишават цените си с 60%, то финансовата борса бележи спад от 35%, а пазарът на изкуството непрекъснато се клатушка.

В Ню Йорк финансовият пазар е много по-активен в сравнение със споменатите две страни, но цените на изкуството бележат повишение само с 47%, за което определено влияние има системата на зелени карти и трусеве в стабилността на долара след атентатите от 11 септември 2001 г.

Данни за развитието на **световния художествен пазар** могат да бъдат намерени в Интернет. Бих препоръчала страницата www.artprice.com Важна част от предлаганата там информация е „ArtMarketInsight“ – годишни анализи, в чието изготвяне участват десетки експерти от цял свят, ежемесечно публикуваните материали за определени събития, коментари за водещи тенденции, съпоставяне на резултатите на вечните конкуренти аукционите къщи „Сотби“ (Sotheby) и „Кристи“ (Christie). Ще цитирам някои от заглавията (с анотация в скоби) от периода април-юни 2007 г.:

- *Съвременното индийско изкуство* (един от най-динамичните сегменти в художествения пазар, който бележи ръст от 480 % за последните 10 години);

- *Лидерите от съвременния художествен пазар на търговете в Белгия* (анализ на панаира Artbrussels през април, чиито акценти са възгледът за „съвременно“ изкуство и младите таланти);

- *Новият реализъм* (този стил е фаворит на пазара през настоящата година като цените са се покачили със 120 % в сравнение с 2000 г.);

- *Големите очаквания от майските търгове в Ню Йорк* (след рекорда на конкурентната къща „Кристи“ от 8 ноември 2006 г., когато 78 творби са продадени за 491 млн. долара, „Сотби“ планира впечатляващ отговор с разпродажби на импресионисти, модерно и съвременно изкуство на обща стойност между 416 и 561 млн. долара);

● *Съвременна Русия – един нов пазар* (съвременното руско изкуство привлича все повече ценители и колекционери, които обаче са главно от руски произход);

● *„Сотби“ има нагмоцие на разпродажбите на импресионизъм и модерно изкуство в Ню Йорк* (преднината спрямо „Кристи“ се изразява в 278,548 млн. долара срещу 236,464 млн. долара за тази къща от търга в център „Рок-фелер“);

● *Британският поп арт* (Ричард Хамилтън -представител на този, възникнал в началото на 60-те години на ХХ век стил, иска неговото изкуство да бъде „популярно, мимолетно, за еднократна употреба, евтино, произведено масово, одухотворено, секси, остроумно, очарователно и да прави много пари“);

● *Алберто Джакомети – на върха на своята стойност* (през 1998 г. творба на скулптора е продадена от „Сотби“ в Ню Йорк за 2,4 млн. долара. На 9 май т.г. подобна бронзова пластика достига 16,5 млн. долара - двойно по-висока цена от ориентировъчната);

● *Изкуството на графитите – от улицата в музея* (графитите са търсени във Франция - на 6 юни т.г. къщата „Artcurial“ разпродава около 20 творби от американски и френски автори на графити);

● *„Кристи“ затвърждава водещата си позиция по отношение на съвременното изкуство* (творба на Марк Ротко е продадена в Ню Йорк за 65 млн. долара – това е най-високата цена, достигната на художествения пазар за произведение от следвоенния период);

● *Пазарът на съвременното китайско изкуство – културно откритие* (- през 2006 г. 31,1 % от продадените на търгове китайски произведения достигат единични цени от над 100 000 долара);

● *Анселм Кифер* (представяне на художника);

● *Роберт Мейпълторп – красотата и злият дух са едно и също* (живелият от 1946 до 1989 г. фотограф скандализира американците-пуритани, поставяйки сексуалността в центъра на своя артистичен свят);

● *Импресионизмът възвръща силните си позиции на търговете в Лондон* (вечерните разпродажби на импресионистично и модерно изкуство, организирани от „Сотби“ и „Кристи“ са толкова впечатляващи, колкото и в Ню Йорк – за двете вечери са продадени точно 100 произведения на обща стойност от 400 млн. долара).

Световният пазар през 2006 г. се характеризира със запазване на **водещото място на живописата** по отношение на обема на продадените произведения по вид (75,7% от общия брой близо 260 000), както и по оборот (47,6% от общата сума 6,4 милиарда долара).

Художественият пазар е индикатор за икономическия просперитет на дадена страна. От тази гледна точка са напълно обясними заеманите от Китай и Индия позиции в търговията с произведения на изкуството. Ню Йорк продължава да бъде мястото, където търговията е най-бурна – там са реализирани 45,9% от всички продажби. Европейската „столица“ на художествения пазар е Лондон, а Франция постепенно „възвръща“ формата си в условията на сериозна конкуренция с Китай и Ню Йорк.

България не присъства в голямата карта на търговете, които се следят от международните експерти. На пръстите на едната ръка се броят аукционните ни къщи. Търговията, която те осъществяват, е хибрид между разпро-

дажби на живо и чрез Интернет. Не ми е известно да са търсени мнения на независими чуждестранни експерти. Само журналистическите бележки, основани на любопитни подробности за разпродажбите, не дават възможност за пазарен анализ. От публикуваните фрагментарни факти не става ясно кой кой е на пазара и от какво се определя поведението му, какви са зависимостите между търсенето и предлагането.

Най-трудно се „играе“ с хора, които имат много пари (или поне достатъчно свободни пари), тъй като те знаят цената им и имат опит и информация за множество начини да ги влягат разумно и с перспектива. Дълбоко не съм съгласна с онези художници и търговци, които буквално заклеят богатите българи като некултурни и без отношение към този специфичен пазар. Ние сме потомствено бедна нация и намирам за напълно обяснимо защо първата работа на един съвременник с пари е да изгради бита си в чисто материалния смисъл, да изучи децата си, да пообиколи света, да опита вкуса на светския живот. За да получи **самочувствие и висока оценка** в своята среда за авторитет и финансова стабилност. Отношението му към изкуствата е от друг порядък – то се основава на традициите на семейната среда, на образованието, на индивидуалната емоционална нагласа.

Наскоро попаднах на следния текст в книгата на художника Александър Божинов „Минали дни“ (С. Издателство „Български писател“, 1958, с. 130): *„Картини на Никола Петров (1881-1916) може да има някъде на някой таван „скътани“, но не и „скрити из сутерените“ на заможните хора, които са купували картините му с търговски цели. Навремето, за което пише изкуствоведката Ирина Михалчева в издана през 1956 г. нейна монография за художника, нямаше заможни хора, които да купуват картини и да спекулират с тях.“*

Днес Никола Петров е сред особено високо оценяваните и упорито търсени на българския художествен пазар майстори, чиито творби не само се колекционират, но и биват препродавани много успешно. За съжаление няма официални данни, но съм чувала за достойни петцифрени цени.

Този пример не е просто любопитен. От една страна става дума за нравите и финансовите възможности на представителна прослойка от нашето общество през второто десетилетие на миналия век, а от друга – за изказано професионално мнение по въпроса след 40 години, т.е. от достатъчна дистанция на времето. От днешна гледна точка – още 50 години по-късно, установяваме коренна промяна на ситуацията именно в пазарен аспект. Ако обаче в случая с цитирания художник има съвпадение на ценностните критерии на историята на изкуството и на художествения пазар, примерите на разминаване между тях са стотици и хиляди. Това не ги омаловажава едни прямо други, а придава на пазара допълнителни предизвикателства, чието приемане и „неутрализиране“ са въпрос за **професионално пазарно поведение**. У нас - засега – разчитаме на интуицията. А тя лесно може да ни подлъже...

Що се отнася до търговете с произведения на **съвременното изкуство**, те имат характер на отделни акции, без да могат да бъдат припознати като начало на този специфичен вид художествен пазар. Тяхното значение е главно в контекста на натрупване на градивна обществена енергия по отношение на съвременното изкуство, включително и в търсене на алтернативно финансиране на частни организации.

В края на декември 2006 г. Българското общество за модерно изкуство

(БОМИ) организира разпродажба, наречена амбициозно „Първи търг за съвременно изкуство“; на 2 юни 2007 г. търг проведе и сдружение „Изкуство днес“ в Пловдив, а на 17 юни 2007 г. стана факт и международен търг на модерно и съвременно изкуство, организиран от софийската галерия „GreenCat“.

БОМИ събра 20 000 евро като почти половината - 9600 евро плати бизнесмен за рисуван през 1956 г. в България пейзаж на Христо Явашев (по това време студент в Художествената академия). Другата най-скъпо продадена картина стана притежание на министър Стефан Данаилов, който не само участва като купувач, но и произнесе приветствие към организаторите, обявили инициативата си за благотворителна – със събраните средства да бъде открит национален фонд за създаване на музей на модерното и съвременно изкуство у нас.

Благотворителната разпродажба на **сдружение „Изкуство днес“** бе за събиране на средства за ремонт на Баня „Старинна“ в Пловдив, която през последните години е територия на съвременното изкуство. Продадените 18 творби донесоха на организаторите 7 440 лв. Останалите работи могат да се видят в интернет и да бъдат купени допълнително.

Галерия „GreenCat“ предложи 100 произведения на изкуството, създадени от 32 художници от девет европейски страни (България, Белгия, Германия, Австрия, Русия, Испания, Холандия и др.). В рамките на търга чрез фондация „Имеон Балкани“ се проведе и благотворителна част за набиране на средства за подпомагане на останал без родители ученик от Националното училище за изящни изкуства в София. В условията за наддаване беше дадена възможност и за залози от чужбина, за дистанционно залагане чрез телефонна връзка и за наддаване в писмена форма. Бяха продадени 45 произведения (което в процентно отношение е изключително сериозно постижение за организаторите) за 16 656 евро. Най-високата цена е за произведение на Соня Розалия Баутерс - 3100 евро. Данните за купувачите са следните: българи – 21, белгийци – 11, французи – 6, чехи – 4, канадци – 2, англичани – 1.

Самото споменаване на понятието **художествен пазар в България** поражда у мнозина негативно отношение. Оценката най-често се колебае между отричане на неговото съществуване и недоволство от ниските цени на произведенията. С художници и галеристи от по-младото поколение направихме SWOT-анализ за техния статус и социалната среда, в която се развиват визуалните изкуства у нас (по време на семинарите „ABC“ през 2003-2004 г.). Художественият пазар бе посочен и в четирите групи фактори: в силните и слабите страни, във възможностите и заплахите, пред които сме изправени. Това ми дава основание да мисля, че отношението към пазара в най-общ план постепенно започва да се основава върху позицията на осъзната енергия за действие и възможност за благоприятна промяна.

Най-често изказваното очакване от страна на „хората на изкуството“ относно членството на **България в Европейския съюз** е свързано не с европейското развитие и естественото разширяване на художествения пазар преди всичко на наша територия, а със свободното достигане до повече чуждестранни купувачи и то – непременно на по-високи, на много по-високи цени.

Как ще стане изграждането на **национална пазарна мрежа** в съответствие с правилата, по които се развиват европейският и световният художе-

ствен пазар? Кой ще я изгради - самите ние или някой друг?

Тази тема е все още екзотична за българската действителност. В продължение на по-малко от две десетилетия се случват събития, които преди не бяха част от собствената ни практика. В повечето случаи ни беше по-лесно да копираме чуждия опит като се опитваме да му придадем нашеска пикантност, отколкото да търсим адекватни формули на собствените ни нагласи, вкусове и пр.

За анализа на всеки вид пазар са необходими конкретни факти, чрез които се изразяват трайни тенденции, абсолютни и относителни дялове, обеми и стойности. Едва след тяхното систематизиране и осмисляне е възможно да се правят стратегически предвиждания за бъдещи периоди, включително и да се предприемат конкретни стъпки от страна на играчите на пазара.

ЮРИЙ ВЪЛКОВСКИ

Въведение в темата

През 1988 г. Институтът за политически изследвания в Лондон публикува фундаменталното изследване „**Икономическо значение на изкуствата в Англия**“¹, което се смята за първия сериозен опит за цялостен анализ на икономическия принос на изкуствата за британската икономика. Изследването установява, че изкуствата са бързоразвиващ се сектор с оборот над 10 милиарда лири годишно, където са заети над половин милион човека. Нещо повече, изследването ясно показва, че изкуствата имат сериозно влияние върху възстановяването на градовете и превръщането им в по-добро място за живеене.

Изследването са превръща в сериозен аргумент за културния сектор особено по отношение на осигуряването на продължаващо публично финансиране на изкуствата. Докладът провокира интерес, които се изразява в множество последващи изследвания върху икономическите ефекти от изкуствата поръчани от държавни институции и местни власти.

През 1997 г. „Комедия“, друг независим изследователски институт във Великобритания, публикува „**Употреба или украса?**“², първият сериозен опит да се обзърят и анализират *социалните* ефекти от изкуствата. Както Франсоа Матарасо, авторът на въпросния доклад отбелязва в самото му начало: „През последните години Великобритания е свидетел на една нарастваща употреба на арт инициативи насочени към социално-икономически проблеми, вариращи от големи столични проекти до малки проекти, основани на местно участие. И докато икономическото влияние на изкуствата е изследвано, макар и ограничено, то досега не е имало широкомащабно изследване на социалните ползи от изкуствата.“³

След 1997 г. терминът „творчески индустрии“ влиза в широка международна употреба, включително в документи на Европейския Съюз, Световната Банка и т.н. Според Мишел Ривис: „Тяхната експанзия [на творческите индустрии] е свързана, както с движението към общества, базирани на услугите, така и с промяна на социалните нагласи водещи до увеличаване на свободното време и търсенето на забавления. Политиците дискутират, че в този контекст културните индустрии могат да имат ефективен принос към създаването на обществено богатство, невидим експорт и работни места. Техният потенциал за трансформиране на много от съществуващите области, за вдъхновяване на нови производители и за осигуряването на умения и компетенции като иновативност, оригиналност, креативност и способност за решаване на проблеми, които ефективно могат да бъдат подхранвани за регионалните и местните икономики, също са признавани във все по-голяма степен.“⁴

Според скептиците, обаче, причината за широката експанзия на терминна „културни/ творчески индустрии“ и бумът на публикации върху икономическите и социалните ефекти от изкуствата е пряко следствие не толкова от реални промени в структурата и развитието на икономиката, колкото от силно рестриктивната финансова политика, която правителствата на Маргарет Тачър провеждат през 80-те години. В действителност 80-те години са

общоевропейски период на преосмисляне и предефиниране на ролята на изкуствата и мястото им в общественото развитие. Поради редица причини – икономически, политически, идеологически и т.н. – изкуствата вече не са приемани като ценност сами по себе си и културният сектор се нуждае от нови аргументи, за да оправдае исканията си за бюджетно финансиране.

За разлика от Западна Европа, в България 70-те и 80-те години са период на интензивни инвестиции в културата – от мащабното строителство на културна инфраструктура до грандиозните културни програми от типа на „13 века България“. Докато в Англия правителството значително редуцира разходите за култура, в България комунистическото управление традиционно инвестира значителни средства за изкуствата, най-вече по идеологически причини.

Промяната идва в началото на 90-те години, когато рязката смяна на цялата политическа система в България оставя изкуствата „извън борда“. Публичните разходи за култура са значително намалени, публичните власти плавно, но последователно се оттеглят от всички директни и индиректни начини за подпомагане на създаването, разпространението и потреблението на културни продукти. Разбира се, трябва да се уточни, че през целия период държавата продължава да подкрепя съществуващата инфраструктура от бюджетно финансирани културни институции, която към момента включва около 50 драматични театъра, 18 оперни, оперетни и музикално драматични театъра, 161 музея, библиотеки, галерии и т.н. Също така, през последните няколко години държавния бюджет за култура се увеличава, както в абсолютни цифри, така и като процент от brutния вътрешен продукт

Основният проблем, обаче, остава – **българската култура е загубила голяма част от своята обществена легитимност**. Държавата е отхвърлила идеологическите причини да подкрепя изкуствата, а все още не е намерила нови аргументи за инвестиции в културния сектор.

В този контекст през март 2006 г. беше представено първото сериозно изследване върху творческите индустрии в България базирано на статистически данни, допълнени от социологически проучвания – **„Творческите индустрии в град Пловдив - икономически поглед“**⁴⁵. Изследването беше пилотно и беше фокусирано само върху един град – Пловдив – но даде изключително ценни насоки какво може да се очаква от едно по-мощно изследване на творческите индустрии. Според изследването около 10% от всички стопански субекти реално работещи в град Пловдив принадлежат на сектора на творческите индустрии (включващ изобразителни изкуства, занаяти, музикални, сценични и пластични изкуства, рекламна дейност, дизайн, архитектура, софтуерна индустрия, издателска и полиграфична дейност, художествена фотография, радио и телевизионна дейност и други). Тези фирми формират около 4 % от нетните печалби на стопанските субекти в Пловдив и дават работа на 1/20 от общо заетите в общината.

В началото на юли 2007 г. беше разпространен един много по-обхванат и амбициозен доклад засягащ същата тематика – **„Икономически принос на авторскоправните индустрии в България“**⁴⁶. Този път изследването е национално, направено по методика на Световната организация за интелектуална собственост. Данните от изследването показват, че „за 2005 г. икономическите дейности, свързани с авторските и сродните им права в България,

произвеждат брутна продукция за 4,155 млрд. лв. и създават добавена стойност за 1,204 млрд. лева.(...) Измерен спрямо брутният вътрешен продукт, общият принос на авторскоправните индустрии е 2,81% (...) В България за 2005 г. в икономически дейности, свързани с авторските и сродните им права, работят 104 814 души, почти всеки 20-ти от заетите.“ и т.н.

Оттук нататък вратата е отворена. Това, което предстои да видим, е дали този доклад ще провокира същия интерес и ще произведе сходни ефекти като британският доклад от 1988 г. И по-конкретно – дали икономическите аргументи за значимостта на културния сектор ще доведат до промяна в акцентите на публичните политики на централно и местно ниво. А също така дали този доклад ще остане изолиран или ще стимулира множество нови изследвания, които да доразвият и конкретизират неговите търсения.

Изследването на икономическите ефекти от изкуствата, обаче, е само част от цялостната картина. Както Матарасо отбелязва в „**Употреба или украса?**“ икономическите изследвания често имат два основни недостатъка:

Те имат склонност да се фокусират върху финансовите въпроси вместо върху икономиката в нейния дълбок смисъл на управление на обществените ресурси.

Те изпускат истинската цел на изкуствата, която не е да създава блага, а да допринесе за едно стабилно, уверено и творческо общество.⁷

Същевременно в България, както и в Англия до 1997 г. липсва цялостно изследване на социалните ефекти от изкуствата. Всъщност липсва каквото и да е завършено изследване, с изключение на отделни коментари и проучвания на изолирани проекти и инициативи.

А нуждата от такива изследвания и анализи е безспорна и единственият въпрос е дали те ще се появят 10 години след икономическите анализи (следвайки британския опит) или отсега ще започнем работа по тях.

Държавата и общините имат интерес да подкрепят изследвания на социалните ефекти от изкуствата, защото те ще им дадат по-ясно разбиране за смисъла от инвестициите в културата, а също така и инструменти за интегриране на културната политика в по-широките цели на публичните политики.

В настоящия брой на бюлетин „Култура“ ще представим два текста – един британски и един български – с които се надяваме да отворим темата за социалните ефекти от изкуствата. Темата ще бъде продължена в следващите издания на бюлетина и всякакви идеи и препоръки в това отношение са добре дошли.

Позволявам си да направя и няколко бележки като преводач на предговора и резюмето на основополагащия доклад „**Употреба или украса?**“ от Франсоа Матарасо. Правя го, защото, доколкото ми е известно в България все още не са преведени текстове на този автор, а и защото темата за социалните ефекти като цяло изглежда твърде нова за България.

На първо място искам да отбележа, че си давам сметка за спорния превод на „social impact of the arts“ като „социални ефекти от изкуствата“. Всъщност „impact“ би трябвало да се преведе като „влияния“ или „въздействия“. В този смисъл най-точният превод вероятно би бил „въздействия на изкуствата върху обществото“ или „влияния на изкуствата върху обществото“. Нещо повече, самият Матарасо говори за различните нива/ степени при оценката на артистичните проекти – от „outputs“, през „outcome“, до „impact“, тоест *продукти–резултати–влияние*. Въпреки това, аз се спрях на превода

на „*impact*“ като „*ефекти*“, защото това ми се струва вариантът, който е най-лесен за употреба и за разбиране в контекста на ежедневния език.

На второ място, преводът на израза „*participatory arts*“ се оказва изключително труден. В крайна сметка в българският превод ще намерите израза „*включващи изкуства*“, вместо например „*участващи изкуства*“. По-съществено, обаче, е кои/ какви изкуства или артистични практики се обхващат с това понятие. Най-накратко това са изкуства, в които има участие на непрофесионални творци, които в някои случаи са подкрепени от професионални артисти, но в други случаи действат самостоятелно. Можем да се изкушим да ги наречем „*любителски изкуства*“, което отчасти ще бъде вярно, но в българският контекст е свързано с други значения, които биха могли да изкривят разбирането.

И на трето, последно, място – в „**Употреба или украса?**“ широко се използва думата „*общност*“, включително в изразите „*общностно развитие*“, „*общностни изкуства*“ и т.н. В България термини като „*общностно развитие*“ са познати главно, ако не и единствено, в неправителствения сектор. Всъщност идеята за развитие на общността не е по-различна от идеята за развитие на даден квартал или махала, а „*общностните изкуства*“ са сходни на дейността на читалищата в България, но с по-голям акцент върху участието на жителите на даденото населено място в творческия процес.

Разбира се, оригиналът е по-добър от превода. Пълният текст на „**Употреба или украса?**“ можете да намерите в оригинал на адрес: <http://homepage.mac.com/matarasso> .

¹ Myerscough, J, *The Economic Importance of the Arts in Britain*, Policy Studies Institute, London, 1988

² Matarasso, F, *Use or Ornament? The social impact of participation in the arts*, Comedia, Stroud, 1997

³ Преговорът и резюмето на доклада са публикувани в настоящия брой на Бюлетин „Култура“

⁴ Reeves, M, *Measuring the economic and social impact of the arts: a review*, Arts Council of England, London, 2002

⁵ Чалъков, Ив и др, *Творческите индустрии в град Пловдив - икономически поглед*, Британски съвет, София 2006

⁶ Чалъков, Ив и др, *Икономически принос на авторскоправните индустрии в България*, Университетско издателство „Стопанство“, София 2007

⁷ Matarasso, F, *Use or Ornament? The social impact of participation in the arts*, Comedia, Stroud, 1997, p. 6

Употреба или украса? Социални ефекти от участието в изкуствата*

ФРАНСОА МАТАРАСО

Предговор

Оценяването на социалните ефекти от участието в изкуствата дълго време беше един вид *terra incognita*, континент, чието съществуване е известно, но който остава неизследван. Разказите на пътешествениците, където съществуваха такива, бяха пълни с мистерия и заплаха, загатващи за земя пълна с опасности за непредпазливите. Непълната информация окуражаваше някои да твърдят, че там се намира Елдорадо, докато други настояваха, че е пустиня, неплодна земя, която е по-добре да отбягваме. Нашето изследване се опитваше да хвърли известна светлина върху този сенчест регион, като установи база за бъдещи изследвания. Ние разчистихме известно пространство и започнахме да прокарваме пътища към вътрешността, някои от които може да се окажат задънени. И ако флората и фауната все още не са ни добре познати, то поне не срещнахме чудовища.

Този доклад представя доказателствата, които открихме за социалните ефекти, произхождащи от участието в изкуствата, както и описание на някои от методите, използвани в изследването. Това е първият широкомащабен опит, поне в Обединеното кралство, за захващане с тези теми, и нашето намерение не е да даваме крайните отговори, а, както Браян Ено казва в подобен контекст, да зададем въпросите по-ясно¹. Ако други, и особено тези, които работят в тази сфера, се окуражат да продължат това общо изследване в по-конкретни области, то ще е изпълнило целите си.

Изследването е насочено основно към политиките в сферата на изкуствата и социалната сфера, но ние се надяваме, че практиците в изкуствата и академичната общност също ще извлекът полза от него. Ние се фокусирахме върху такива сфери на социално влияние, които имат отношение към по-широките цели на публичните политики, и върху методи, подходящи за всекидневна употреба. Членовете на Групата на съветниците и хората, въввлечени в културни проекти, чувстваха, че продуктите от изследването трябва да включват практически механизми, чрез които социалният ефект от работата в изкуствата може да бъде оценен. Поради това се насочихме към прости модели на оценка, както и към форми на доказване, които осигуряват осъществими насоки за планиране и развитие на публичните политики.

Изследването също така отразява гледната точка и опита на въввлечените в него: признавайки относителността на обективността, то се стреми към акуратност, балансираност и поставяне на въпроси. То преследва раз-

* *Matarasso, F, Use or Ornament? The social impact of participation in the arts, Comedia, Stroud, 1997*

бирани, повече отколкото „истината“, и заедно с всеки въпрос, на който е отговорено, отправя нови питання. По същия начин всеки читател ще привнесе собствените си ценности, които ще повлияят върху изследването: заедно с всеки заинтересован от артистичната същност на твореца, ще има друг, който ще се интересува от ценността на изкуството за решаване на социални проблеми.

„Употреба или украса?“ е насочено към социалните ефекти от *участието* в изкуствата, тъй като в политическите дискусии именно на тази част от изкуствата най-често са приписвани социални ползи. Но участието не е евфемизъм за „общностни изкуства“: изследването интерпретира „участието“ в широк смисъл, включвайки работа с много различни ценности и мотивации, но винаги с активното участие на непрофесионални творци. Границите на въвличане варират от работа, контролирана от професионални артисти, като например York Mystery Plays, до проекти, където е възможно изобщо да не са включени професионалисти, какъвто е случаят с много от фестивалните дейности. Тази широта на изследването е важна не само за самото него, но и за включените общности.

Казано по друг, и вероятно непопулярен, начин – ние признаваме социалната и културна ценност на общностните изкуства сами по себе си. Няма нищо осъдително артистите да се опитват да разширят културната демокрация чрез отваряне на своята практика към други хора, чрез споделяне на своя творчески порив и опит, и дори, може би, чрез учене от хора, които не са въведени в мистериите на съвременния културен дискурс. Има, разбира се, и лошо общностно изкуство: и въобще, не можем да се оплачем от липса на лошо изкуство (както и лошо образование, здравеопазване или управление, ако става дума за това). Аргументът, че общностното изкуство девалвира стандартите, поставя въпроси, които са в сърцевината на настоящото изследване: кой определя качеството, ценността и значимостта? Отказът да се ангажира с етичката или политическа реалност на тези въпроси няма да помогне на артистичната общност да развие един здравословен диалог с обществото, от чиито пари тя така често зависи.

Изборът на правителство, ангажирано да се бори с проблеми като младежката безработица, страха от престъпления и социалното изключване, е правилният момент да започнем да говорим за това какво изкуството може да направи за обществото – повече, отколкото какво обществото може да направи за изкуството. Освободен от оковите на идеологията новият прагматизъм може да разшири своите принципи на включване до изкуствата, обхващайки техните творчески подходи към решаването на проблемите. Великобритания заслужава нещо повече от изчерпаните предразсъдъци на следвоенните дебати върху държавната подкрепа за изкуствата.

Трябва да бъде подчертано, също така, че „Употреба или украса?“ не отбелязва края на интереса на Комедия към социалните ефекти на изкуствата, а само края на първата му фаза. Сега ние се занимаваме с въпроси отвъд участието, и по-специално с едно изследване на отношенията между изкуства и социална политика в Глазгоу, а също така и насочвайки се към аспекти като обучението и способността за работа. На път да бъде издаден е и практически наръчник с методи за оценка на изкуствата, и ще бъдем много щастливи да чуем мнението на всеки, който има опит в тази област. Казано накратко – този доклад е само края на началото.

Най-накрая трябва да бъде отбелязан и партньорският характер на този проект. Буквално хиляди хора допринесоха по един или друг начин – чрез попълване на въпросници, чрез участие в дискуссионни групи, чрез даване на интервюта или просто разрешавайки работата им да бъде наблюдавана. Други помагача като отваряха врати, уреждаха срещи и допринасяха с идеи: възможно на много от тях са споменати в благодарностите в края на доклада. Самото изследване беше проведено от екип: приносът на Крис Бъртън, Тимо Кантел, Джон Чел, Хелен Денистън, Оуен Кели и Ева Войдат беше безценен. Без помощта на Насим Кан, който управляваше изследването в Хоунслоу и изследването на дигиталните технологии, и Чарлз Ландри, който разви първоначалната идея и предостави своята щедра подкрепа, изследването щеше да бъде невъзможно. Независимо от това, отговорността за крайния доклад лежи върху автора.

май 1997.

Резюме

През последните години Великобритания е свидетел на нарастваща употреба на арт инициативи, насочени към социално-икономически проблеми, вариращи от големи столични проекти до малки проекти, основани на местно участие. И докато икономическото влияние на изкуствата е изследвано, макар и ограничено, то досега не е имало широкомащабно изследване на социалните ползи от изкуствата. В периода от септември 1995 г. до март 1997 г. Комедия, водещ независим изследователски център, предприе първата фаза на едно изследване върху социалните ефекти от програмите за изкуства. То беше концентрирано върху участието в изкуствата – област, за която най-често се твърди, че подкрепя общностното и личностното развитие. Този доклад описва заключенията на изследването, което установи, че:

- Участието в изкуствата е ефективен начин за личностно развитие, водещ до по-голяма увереност, изграждане на умения и по-добро образование, които могат да подпомогнат социалните контакти и способността за намиране на работа.
- То може да допринесе за социалната свързаност (кохезия) чрез изграждането на мрежи и разбиране, и чрез развиването на местен капацитет за организиране и самоопределяне.
- То носи ползи за други сфери, като екологично обновяване и подобряване на здравето, както и въвежда творчески елемент в организационното планиране.
- То предизвиква социална промяна, която може да бъде видяна, оценена и широко планирана.
- То представлява гъвкав, отговорен и икономически ефективен елемент от една стратегия за развитие на общността.
- То заздравява, повече отколкото разводнява, британския културен живот и представлява жизнен фактор за успеха, а не само една допълнителна възможност на социалната политика.

Изследването заключава, че една незначителна пренастройка на приоритетите в културната и социалната политика може да предизвика истински социално-икономически ползи за хората и общностите, и препоръчва една рамка за развиване на ролята на културните инициативи в публичните политики.

Контекст

През последните 10 години все повече се приемаше, че изкуствата играят важна роля в икономическия живот на страната. Тези аргументи определяха публичните политики, особено по отношение на обновяването на градовете, и до голяма степен подкрепяха съвременното политическо мислене за изкуствата. Но те имат два недостатъка:

- Те имат склонност да се фокусират върху финансовите въпроси вместо върху икономиката в нейния дълбок смисъл на управление на обществените ресурси.

- Те изпускат истинската цел на изкуствата, която не е да създава блага, а да допринесе за едно стабилно, уверено и творческо общество.

Тези, които работят в изкуствата, особено в сектора, където участието в изкуствата е определящ елемент, отдавна твърдят, че предизвикват позитивни социални ефекти. Но те имат твърде малко независими доказателства в подкрепа на твърденията си. Всъщност, някои настояваха, че подобни качествени ползи въобще не могат да бъдат преценени.

Това изследване беше проектирано с цел да добави едно измерение към съществуващите икономически и естетически обяснения за изкуствата чрез разглеждане на тяхната роля за социалното развитие и социалната кохезия. С оглед сложността на темата, изследването беше предприето като първа стъпка в тази област, с две цели:

- Да идентифицира доказателства за социалните ефекти от участието в изкуствата на любителско или общностно ниво.

- Да идентифицира начини за оценка на социалните ефекти, които да бъдат полезни и работещи за политиците и за работещите в социалната сфера или в областта на изкуствата.

С тази цел бяха предприети изследвания на конкретни случаи в Батли, Болтън, Хоунслоу, Лондон, Нотингам, Сандуел, Портсмут, Северна Шотландия, Дери, Хелзинки и Ню Йорк. Допълнителните изследвания включваха употребата на въпросници за участниците (от които са взети данните, цитирани в това изследване). Бяха публикувани серия от работни доклади върху различни аспекти на социалните ефекти от изкуствата, включително изследвания в Австралия и в Съединените Щати. Методологията включваше въпросници, интервюта, формални и неформални дискуссионни групи, включено наблюдение, стандартизирани индикатори, групи за наблюдение и други изследователски техники, както и проучвания по документи. Нито една от техниките не беше задоволителна сама по себе си, но всяка допринесе за многомерното разбиране на проектните изводи.

Основни изводи от изследването

Изследването раздели социалните ефекти от участието в изкуствата в шест различни теми, които имат отношение към хората като индивиди или към промяната в общността. Очевидно има и известна степен на припокриване между темите.

Личностно развитие

Участието в изкуствата може да има значително влияние върху самочувствието на хората и, като резултат, върху техния социален живот. Много

от участниците продължават като се включват в други общностни дейности или продължават личностното си развитие чрез обучение. В някои случаи, като в проекта „V&A Mughal Tent“, хората чувстват, че са спечелили по-голям контрол върху начина, по който са възприемани от семействата и приятелите си. В други случаи артистичната работа е осигурила на групите възможност да мислят за своите права и социални отговорности. Повечето участници са придобили практически и социални умения, които те чувстват, че ще им помогнат в професионалния и личен живот. Учителите идентифицираха образователни ползи за учениците в няколко области, включително развитие на езиковите способности, творческите и социалните умения. Значителна част от възрастните също са били окуражени да се възползват от образователни или обучителни възможности. Някои хора – особено тези, работещи с дигитални технологии – са си намерили работа като резултат от включването си в артистични проекти; а много повече хора вярват, че новите им умения и увереност ще направят търсенето на работа по-лесно. Изследването установи, че сред пълнолетните участници:

- 84% се чувстват по-уверени относно това, което умеят да правят
- 37% са решили да се запишат за обучение или курс
- 80% са усвоили нови умения благодарение на включването си

Социална свързаност

Проектите в сферата на включващите изкуства могат да допринесат за социалната свързаност по няколко начина. На базисно ниво те събират хората заедно и осигуряват неутрално пространство, в което могат да бъдат изградени приятелства. Те насърчават партньорството и взаимодействието. Някои проекти, като фестивала в Портсмут, повишават межкултурното разбиране и помагат за разпознаването на приноса на всяка част от общността. Изкуствата са важен инструмент за събиране на млади и стари хора заедно, и проектите в Батли показаха ценността на тези контакти между поколенията, особено за намаляване на опасенията по отношение на младите хора. Имаше също така и доказателства, че доколкото включващите изкуства са свързани с развитието на общността, те могат да помогнат за намаляване на страха от престъпления и да допринесат за кварталната сигурност. Проектите, включващи престъпници във Великобритания, САЩ и Австралия също показват важни ефекти върху тяхната реинтеграция. Изследването установи, че сред пълнолетните участници:

- 91% са създали нови приятелства
- 54% са опознали други култури
- 84% са заинтересовани от нещо ново

Общностно овластяване и самоопределяне

Взимането на участие в местни арт проекти е популярен начин за включване в общностни дейности (това е една от 6-те основни причини за доброволчество във Великобритания). В резултат то помага за изграждането на организационни умения и капацитет, както може да се види, например, в почти 30-те келтски фестивала наоколо се напоследък в Шотландия. Уменията, усвоени в изкуствата, могат да бъдат приложени към други местни проек-

ти: в Южен Юист организаторът на келтския фестивал продължи със създаването на голяма женска обучителна организация с финансиране от ЕС. Проектите, основани на включващи изкуства могат да бъдат овластяващи и да помагат на хората да поемат контрол върху живот си – понякога в съвсем конкретен смисъл, както в проекта „Acting Up“, с участието на няколко души с увреждания. Те могат да играят важна роля и в процеса на съживяване на градовете, улеснявайки консултациите и партньорствата между местните жители и публичните агенции. Културните проекти могат да подхранват местната демокрация. Те окуражават хората да бъдат по-активни граждани и засилват подкрепата за местни проекти и проекти за само помощ. Изследването установи, че сред пълнолетните участници:

- 86% желаят да бъдат включени в следващи проекти
- 21% имат ново разбиране за правата си

Местен имидж и идентичност

Проектите, основани на включващи изкуства, имат важна роля в означаването на местните традиции и култура, като например в York Mystery Plays. В новите населени места те могат да помогнат за развиването на местна идентичност и чувство за принадлежност, както се опитваше проектът „- Living Archive“ в Милтън Кейнс. Маргинализираните групи могат да утвърдят своята гордост чрез изкуствата, както и да подобрят своя образ в очите на местната общност. Проектите, основани на включващи изкуства, могат да окуражат хората да бъдат въввлечени в подобрения на околната среда и да ги накарат да се чувстват по-добре в мястото, където живеят. Те могат също да помогнат да се промени начинът, по който държавните агенции и местните власти възприемат населеното място, като по този начин обновят обществения имидж на градовете – както за техните жители, така и за външните хора. Изследването установи, че сред пълнолетните участници:

- 43% се чувстват по-позитивно настроени относно мястото, където живеят
- 63% са по-заинтересовани да помагат в местни проекти

Въображение и визия

Участието в изкуствата има голямо значение за развиването на креативността на хората и увереността им спрямо изкуствата. За много хора това е просто приятно и освобождаващо, но професионалистите в преподаването, социалните услуги, здравеопазването, жилищното настаняване, услугите в провинцията и други области казват, че то е променило начина, по който възприемат собствената си работа. Работещите в Батли, Нотингам, Портсмут и на други места възнамеряват да променят своя начин на работа, така че да включат използването на изкуства в бъдеще. Проектите също така помогнаха на административните служби да бъдат по-отзивчиви за вижданията и интересите на техните потребители. Креативността и отвореността окуражават хората да поемат позитивни рискове – както личностни, така и организационни, с дългосрочни ползи. Артистичните проекти могат да възплътят ценностите на хората и да повишат техните очаквания. Изследването установи, че:

- 86% от пълнолетните участници са опитали неща, които не са правили преди това.
- 49% мислят, че участието им е променило техните идеи.
- 81% казват, че да бъдат креативни е важно за тях.

Здраве и благополучие

Изследването не е проучвало ролята на изкуствата в здравната помощ, но има значими доказателства, че участието в артистични проекти може да помогне на хората да се чувстват по-добре. Проектите в Нотингам, Дърам и Портсмут имаха много силен принос за подкрепата на хора с ментални проблеми и други уязвими групи. В Батли, Сандуел и Лондон артистичната работа с млади хора създаде важни ресурси за здравното образование. И, най-накрая, беше напълно ясно, че хората извличат голямо удоволствие от включването си в артистични дейности, и това добавя много към тяхното качество на живот. Изследването установи, че сред пълнолетните участници:

- 52% се чувстват по-добре или по-здравословно.
- 73% са по-щастливи, след като са били включени.

Други изводи

Противотежести

Изследването установи известна цена и проблеми, които могат да бъдат противопоставени на гореизброените позитивни ефекти. Проектите, основани на включващи изкуства, могат да се провалят или да не достигнат заложените цели поради различни причини, включително липса на опит или на ресурси. Тъй като са част от процес на натрупване на опит, позитивните резултати могат да се превърнат в негативни, ако работата не е надграждаща. Трябва също така да се признае, че е възможно хората да платят лична цена (например в отношенията си), особено когато живот им се променя и израстването им поставя съществуващата ситуация под натиск.

Икономически ефекти

Въпреки че изследването не беше насочено към икономическите ефекти, възникнаха някои теми, включително тази за приноса към местните икономики, осигурен от невидимия доброволен труд на всички хора, които правят участието в изкуствата възможно. Във време, когато образованието и обучението са на върха на политическия дневен ред, то (участието в изкуствата) представя един принос към националните ресурси за образование, който може да измери със стотици милиони лири стерлинги. То осигурява значителен принос и за други обществени услуги, като грижата за децата, социалните услуги, повишаването на здравето и превенцията на престъпления – понякога директно, а понякога чрез спестяването на разходи за тези сфери. Работата в артистичните проекти често е заплащана (където има финансови отношения) със средства на общността, с минимално участие на държавата.

Социалната политика и изкуствата

Изследването заключава, че проектите, основани на включващи изкуства, са основен елемент от една успешна социална политика, подпомагаща превръщането на къщите в домове. Изкуствата могат да предизвикат внимателно обмислен диалог между тези, които осигуряват социални услуги, и онези, които ги получават и така да предотвратят скъпоструващи грешки. Те въвличат хора, пропуснати от други инициативи и въвеждат в уравнението творчество, смисъл и общуване. Те предлагат гъвкави, отзивчиви и икономически изгодни решения: творческа, а не просто по-лесна възможност. Социалната политика би спечелила, ако предприеме частично преподрежда-не на приоритетите си, така че да включи в тях и изкуствата.

Изкуствата и социалната политика

Изкуствата също имат отговорността, най-малкото доколкото получават средства от обществените фондове, да взимат предвид своя потенциален или реален принос към по-общите цели на обществото. Те трябва да признаят своята свързаност с публиките, новите таланти и творческите идеи, които секторът на включващите изкуства развива. Те няма защо да се страхуват от такива проекти, най-малкото от понижаване на стандартите: култура, която трябва да бъде пазена от участието на хората, не заслужава името си.

Заключения

Изследването стигна до определен кръг от заключения относно социалните ефекти от участието в изкуствата, най-важните от които са:

- Участието в артистични дейности носи социални ползи
- Ползите са неотделимо свързани с процеса на участие
- Социалните ефекти са сложни, но разбираеми
- Социалните ефекти могат да бъдат оценявани и планирани

Накратко изследването заключи, че изкуствата имат сериозен принос към посрещането на съвременните социални предизвикателства. Вместо като черешка на политическата торта, с което те често са сравнявани, изкуствата трябва да бъдат разглеждани като закваска, без която политиката не успява да повиши очакванията.

Изграждане на творческа среда/ атмосфера

Изследването възприема креативността, отвореността и гъвкавостта на изкуствата като корените на техните социални ефекти. Въпреки че може да изглежда трудно те да бъдат включени в публичната политика, изследването препоръчва фокусиране върху планирането на среда, в която включващите изкуства могат да преуспяят. Изследването изказва твърдението, че този подход трябва да бъде базиран на седем основни принципа:

1. Ясни цели
2. Справедливо партньорство
3. Добро планиране
4. Споделени етически принципи
5. Отлични постижения
6. Реалистични очаквания
7. Общ процес на оценяване

Проектите в областта на включващите изкуства, които са изградени върху тези принципи полагат стабилни основи на вътрешния успех и е най-вероятно да предизвикат положителни социални ефекти. Тази рамка позволява лесно формулиране и използване на индикатори на социалните ефекти и така артистичните проекти могат да бъдат оценявани подобаващо и да бъдат интегрирани в основната публична политика.

Бъдещето

Това изследване е първи етап от една продължаваща изследователска програма, а не краен отговор по тези теми. И ако то предизвиква толкова въпроси, колкото и отговори дава, то може би други ще пожелаят да ги поставят в контекста на практическата работа. С тази цел основният доклад представя използваните методи за оценка, а допълнително Комедия ще издаде и практически наръчник за оценка на артистични проекти. Планирани са и бъдещи изследвания на конкретни случаи/ проекти, включително изследване на изкуствата и социалната политика в Глазгоу. Комедия ще бъде много щастлива да получи коментари по това изследване или препоръки за негово доразвиване.

50 социални ефекта от участието в изкуствата

Този списък е съставен, за да даде идея за многообразието от социални ефекти, които изследването показва, че включващите изкуства могат да предизвикат. Естествено списъкът не е пълен и има много други ефекти, които могат да бъдат установени при друг анализ. Също така, от нито един отделен проект не може да се очаква да предизвика всички тези ефекти или да произведе същите резултати и да въздейства в същата степен.

Изследването показва, че участието в изкуствата може да:

1. Повиши увереността на хората и усещането за собствена значимост
2. Разшири участието в социални дейности
3. Даде възможност на хората да влияят върху начина по който ги възприемат околните
4. Стимулира интерес към и увереност в изкуствата
5. Осигури форум за изучаване и разбиране на личните права и отговорности
6. Допринесе за образователното развитие на децата
7. Окуражи възрастните да се възползват от образователни или обучителни възможности
8. Помогне за изграждането на нови умения и професионален опит
9. Допринесе за подобряване на уменията за намиране на работа
10. Помогне на хората да започнат или да развият кариера в областта на изкуствата
11. Намали изолацията, като помага на хората да създават приятелства
12. Развива общностните мрежи и общителността
13. Повиши толерантността и спомогне за разрешаването на конфликти
14. Създаде пространство за межкултурно разбиране и приятелства
15. Помогне за утвърждаване на приноса на цялата общност
16. Пропагандира межкултурните контакти и сътрудничество

17. Развие контактите между поколенията
18. Помогне на престъпниците и на жертвите да поставят въпроси за престъпността
19. Осигури път за промяна и интеграция на престъпниците
20. Изгради организационния капацитет на общността
21. Насърчи хората от общността да разчитат на себе си и да работят по проекти
22. Помогне на хората да засилят контрола върху собствения си живот
23. Бъде инструмент за вдъхване на живот на политическите и социални идеи
24. Улесни ефективните публични консултации и гражданско участие
25. Помогне за въвличането на местните хора в процеса на възстановяване на средата в която живеят
26. Улесни създаването на партньорства
27. Създаде подкрепа за проекти на общността
28. Засили сътрудничеството между общностите и работата им в мрежа
29. Развие гордост от местните традиции и култура
30. Помогне на хората да придобият чувство за принадлежност и съпричастност
31. Създаде традиции на общностите в новите градове или квартали
32. Въвлече членовете на общността в действия за подобряване на околната среда
33. Осигури причина за хората да участват в общностни дейности
34. Подобри възприемането на маргинализирани групи
35. Помогне за промяна на образа на институциите
36. Накара хората да се почувстват по-добре в мястото, където живеят
37. Помогне на хората да развият своята креативност
38. Намали разликата между потребител и създател
39. Позволи на хората да открият своите ценности, значение и мечти
40. Обогасти практиката на специалистите в професионалния и доброволческия сектор
41. Промени отвореността и отзивчивостта на публичните институции
42. Окуражи хората да приемат риска положително
43. Помогне на общностите да развият своята визия отвъд най-належащото
44. Оспори начина на предоставяне на традиционните социални услуги
45. Породи очаквания за това какво е възможно и желано
46. Има позитивен ефект върху начина, по който хората се чувстват
47. Бъде ефективен инструмент за здравно образование
48. Допринесе за по-отпускаща атмосфера в здравните заведения
49. Помогне за подобряване на качеството на живот на хората с влошено здраве
50. Осигури уникален вътрешен източник на радост⁵⁰ социални ефекта от участието в изкуствата

¹ Eno, B., (1996), 'Getting the Picture', in *W* Vol. 6, Summer 1996, London, page 14

Проектът Бела Речка: „Общуване, общуване, общуване... общуване!“

Очертаване на въздействието
на Фестивала GOATMILK върху живота
в село Горна Бела речка

1. Увод

„(1) Според Вас, може ли да се каже, че фестивалът (вкл. събитията преди и след него) променя селото и животът на хората в него? Ако да – по какъв точно начин? (2) Моля, посочете конкретни белези на промяната (в поведението на хората, в начина, по който изглежда селото и т.н.), ако смятате, че има такава.“ (част от въпросите в анкетата относно фестивала, разпространена по електронен път през април 2007)

„На каква промяна се надявате? Едноседмичната почивка за артисти може да оживи селото за една седмица, но има ли дългосрочни планове за използване на капацитета и мрежата, създадени от Фестивала GOATMILK за подобрене на селото? Може би нямам достатъчно информация за целите на организацията, но съм малко загрижен относно това каква промяна искате да постигнете и защо.“¹ (част от отговорите на анкетата на Ричард Глас, доброволец от Корпуса на мира във Вършец, посетил третия GOATMILK фестивал през 2006 г.)

Проектът Бела речка започва като инициатива на няколко човека, с различни професии и от различни държави, които искат да разберат какво са спомените, защо са важни личните истории и как всичко това може да ни помогне да разберем по-добре самите себе си.

Вдъхновението от първото посещение в село Горна Бела речка през есента на 2003 г. и интересът на местните хора водят до идеята за провеждане на ежегоден фестивал на спомените, които по-късно е наречен GOATMILK Фестивал (Фестивал на козето мляко).

Фестивалът се провежда в Горна Бела речка от 2004 г. и оттогава селото бавно, но осезаемо се променя, променят се и неговите жители. Ефектите от фестивала са икономически, социални, дори в сферата на екологията, но най-силно и впечатляващо влияние фестивалът има на персонално ниво. Фестивалът променя начина, по който хората в селото се чувстват, разширява кръгозора им, дава им възможност да изградят нови приятелства, провокира творческото начало в тях, събужда спомените им, кара ги да се чувстват по-уверени, повишава самоуважението им.

Истината е, че това многообразието от социални и икономически ефекти не е резултат от предварително планиране и целенасочено въздействие от страна на Фондацията за нова култура, която организира фестивала.

В този смисъл настоящият доклад не е оценка на проекта Бела речка, която да прецени доколко към настоящия момент той е постигнал предварително заложените си цели. Целта на проучването, представено тук, беше друга – да идентифицира и да представи подробно и аргументирано влияние, което фестивалът оказва върху селото и неговите жители.

Дали едно културно събитие, което продължава няколко дни, може да

промени живота на хората в едно малко населено място? Отговорът е категорично „Да!“ и доказателствата за това са представени в следващите страници.

Докладът е структуриран в 5 части. В първите две части се описват съответно селото и фестивалът, като частта за фестивала съдържа информация за неговата история, ресурсите, с които е осъществяван, екипа и основните специфики на проекта Бела Речка. Третата, най-обширна, част е посветена изцяло на представянето на социалните и икономически ефекти от фестивала, разделени в 4 групи: Икономически ефекти; Местен имидж и идентичност; Оживяване на селото и лично развитие; Екологични ефекти. В четвъртата част на доклада, която играе ролята на заключение, са представени причините за успеха на фестивала. Докладът съдържа и кратко резюме, което в рамките на няколко страници представя всички основни елементи от цялостния текст.

Като приложение е представено подробно описание на методологията на настоящото изследване, информация за проведените интервюта и другите използвани източници, и т.н. Тук ще спомена само, че основната част от изследването беше осъществена в периода септември 2006 – март 2007 г., когато бяха проведени 21 интервюта в Горна Бела речка, Вършец и София и бяха прегледани множество документи и визуални материали.

Същевременно в проучванията са използвани наблюдения и записки от 7-те ми посещения на Горна Бела речка от лятото на 2005 г. досега. По време на първото ми посещение през август 2005 г. бях впечатлен от стремежа на организаторите на фестивала да го развият, но да запазят „интимността на мястото“. По време на последното ми посещение през март 2007 г. бившият кмет Борис ми даде може би най-ясното и концентрирано определение какво е фестивалът за местните хора: „*Общуване, общуване, общуване...общуване!*“. Пиша тези редове, за да отбележа, че работата ми естествено е обогатена от срещите ми с хората, от участието ми в третия фестивал през 2006 г., от многобройните ми разговори с Диана Иванова. Не вярвам в абсолютната обективност при научните изследвания, но съм убеден в постигането на точни и достоверни резултати, когато подходът на изследователя е честен и отговорен.

Използвам случая да благодаря на Диана Иванова и нейните колеги от Фондацията за нова култура за доверието, което ми оказаха, поръчвайки ми това изследване. Бих искал да благодаря и на Франсоа Матарасо, чиито текстове бяха основният ми пътеводител по време на цялото изследване.

Юрий Вълковски, април 2007

2. Резюме

2.1. Информация за селото и за фестивала

GOATMILK Фестивалът на спомените се провежда от 2004 г. в село Горна Бела Речка. Селото се намира на приблизително 500 метра надморска височина, в северозападната част на Стара планина, на около 30 километра от областния град Монтана и на около 10 километра от град Вършец.

В селото има 64 къщи, един магазин и една кръчма, няма църква, няма и читалище, училището е закрито преди повече от 20 години.

Селото започва да се обезлюдява още през 50-те и 60-те години на XX век, когато голяма част от жителите постепенно мигрират към София, Вършец и Монтана. През 1991 г. преброяването показва 220 жители. През последните години в селото живеят около 90 човека, по-голямата част от които са пенсионери на възраст над 70 години. В селото има три деца, които учат във Вършец. През 2003 г. в Горна Бела речка има пет крави, два общи вола и 120 кози.²

GOATMILK е международен фестивал, в чието първо издание участват артисти и гости от Австрия, България, Великобритания, Германия, Италия, Полша, Румъния, Франция, Холандия и Чехия, а през следващите години се присъединяват и хора от Албания, Турция, Сърбия, Швейцария и Япония. През годините гостите на фестивала са между 100 и 300 човека, като по-голямата част от тях са от София и от чужбина.

Специфично за фестивала е съчетаването между интереса към традицията, миналото и спомените и същевременно използването на нови мултимедийни технологии, работа в Интернет среда и акцент върху съвременните артистични форми.

Необичайният формат на фестивала и уникалната атмосфера в Горна Бела речка привличат изключителен медиен интерес още от първия фестивал през 2004 г. През следващите години фестивалът става повод за десетки публикации и предавания в национални медии, включително „Капитал“, „Дневник“, „24 часа“, „Свят и дипломация“, „България Еър“, Българското национално радио, „Франс Интернационал“ и „Свободна Европа“, Българската национална телевизия и националната ВТV.

В допълнение фестивалът печели известност, включително международна, чрез широкото си представяне в Интернет на сайтовете www.belarechka.com, www.hiddenspirits.net, www.goatmilk-fest.com

Фестивалът се радва на силна подкрепа от местните хора и местните власти.

2.2. Социални и икономически ефекти от фестивала Върху живота в Горна Бела речка

Проектът Бела Речка е сложен процес с множество резултати и ефекти. Настоящият текст е фокусиран само и единствено върху ефектите, които проектът предизвиква върху селото и неговите жители. Навсякъде, където се говори за ефекти от фестивала, се има предвид и влиянието на другите дейности и проекти в селото, които се случват в месеците преди или след фестивала.

2.2.1. Икономически ефекти

Икономическите ефекти от фестивала могат да бъдат разделени на три групи. **Първо**, привличане на допълнителни инвестиции в селото. **Второ**, създаване на местна заетост (временна или постоянна). **Трето**, развитие на туризма.

Фестивалът води до **повишаването на интереса за закупуване на имоти в селото**. През 2006 и 2007 г. две къщи от селото са закупени от хора, пряко свързани с проекта Бела речка. Закупуването на къща в селото е свързано и с **допълнителни инвестиции**, които отиват в местната икономика, както и с **допълнителна работа за местните хора** – предоставяне на стоки и услуги, почистване, строителни и ремонтни работи и т.н.

Фестивалът е свързан с допълнително внимание на община Вършец към селото, което се изразява, освен другото, и в **ежегодни инвестиции в ремонти и облагородяване**. Това включва ремонт на старото училище и постепенното му превръщане във функциониращ фестивален център, ремонт на обществената тоалетна и асфалтиране на пътеката до нея, подновяване на бордюрите край пътя, изграждане на чешмичка и други.

Фестивалът предизвиква и **инвестиции от местния малък бизнес**. Най-видимо е **ежегодното обновяване и разширяване на местната кръчма**, която трябва да поеме множеството посетители по време на фестивалните дни, както и в други периоди на годината, когато има проектни събития.

Фестивалът стимулира **създаване на временни и постоянни работни места** – както в частния, така и в обществения сектор: допълнителна готвачка за местната кръчма по време на фестивала, двама дълготрайно безработни, наети за ремонт на сградата на старото училище, където се провеждат фестивалните събития, чистачка на половин щат за обновената сграда и други.

Фестивалът има **пряк икономически ефект за 6-те човека в селото, които дават стаи под наем**. В зависимост от броя на стаите/ леглата, които се дават под наем, приходът за фестивалните дни варира между 80 и 120 лв. за всеки от 6-те собственика, което се равнява на допълнителен приход от около една минимална месечна пенсия.

Фестивалът има и **косвени ефекти върху местната икономика**, които по-трудно могат да бъдат измерени, но включват стойността на всички разходи за храна, материали, гориво и други стоки и услуги, които туристите, привлечени от фестивала, изразходват в региона.

Фестивалът допринася за **развитието на нов тип туризъм в община Вършец**, които надгражда над традиционния за града и общината балнеоложки туризъм и създава нови възможности за развитие.

2.2.2. Местен имидж и идентичност

Фестивалът **създава образ на селото** като място със собствена индивидуалност/ уникалност, където се случват интересни неща.

Чрез Интернет и медиите **фестивалът прави селото видимо** за хората от цяла България и чужбина.

В рамките на общината **фестивалът отличава селото** и се превръща в негов запазен знак, за което е показателно и изказването на директорката на музея във Вършец, която сподели: *„Сега има какво да разкажа за селото. Както за другите села в общината – там има бани, там има нещо друго...“*

Проектът Бела речка **изгражда ново усещане за принадлежност към мястото и провокира виртуално или реално „завръщане към корените“**: свидетелство за това е историята на художника, който живее в Сливен, но е роден в Горна Бела речка и след като разбира за фестивала от телевизията, пожелава да направи изложба в родното си село, както и инициативността на собственика на полиграфическа фирма, също роден в селото, който на няколко пъти предлага да подпомогне издаването на родова история.

Представянето на селото в медиите и интернет, както и интересът на млади хора и чужденци към живота в селото, **изграждат силно чувство за местна гордост** сред хората от Горна Бела речка.

2.2.3. Оживяване и лично развитие

Фестивалът **оживява** селото. Местните хора определят фестивала чрез изразите: „По-оживено!“, „Живва селото“, „Селото се развесели“. Или, както каза един от интервюираните във Вършец: „За самите тях [местните хора] е някакво събуждане. Усеща се живот.“ Особена важна част от общото оживяване на селото е **присъствието на много млади хора**, защото както казва една от бабите в селото: „Това, че има млади хора, е най-ценно... Млад човек като видиш, и сърцето ти се отваря“.

Фестивалът донася **разнообразие** в селото. Прожекциите, представянията и концертите по време на фестивала са интересни за местните хора и създават атмосфера, която те изразяват с думите: „Смеяхме се, всички се смеяхме... Хубаво е, дано пак да има“, „Ходиме със желание“.

Фестивалът дава възможност на жителите на Горна Бела речка **да се срещнат с нови и непознати хора**, често от чужди държави или с необичайни професии и интереси. Тези срещи обогатяват както външните посетители, така и местните хора, **дават им нови знания и ново разбиране за другите**. Или, според думите на един от възрастните хора в селото: „Интересно е, защото... научих малко повече“.

Фестивалът **създава приятелства**, които продължават много след фестивала.

Фестивалът **засилва самоуважението** на хората в селото и им **помага да се чувстват пълноценни** – защото научават нови неща, защото преоткриват родното си място през очите на другите, защото виждат интереса към тях самите, към спомените им, към мечтите им, защото получават, но и дават, защото участват в един равноправен диалог.

Фестивалът не само **събужда спомените** на хората в Горна Бела речка, но и ги **провокира да изразяват себе си и това, което чувстват**. Най-силните примери за това са Борис³ които след години отново изважда стария си акордеон, провокиран от музиката на един австрийски музикант, и баба Николина, която изплита венец от пролетни цветя, който да бъде сложен над вратата на старото училище, защото си спомня, че така е било, когато тя е била ученичка.

2.2.4. Екологични ефекти

През 2006 г. екипът на фестивала организира **мащабното почистване на реката** в село Горна Бела речка. По-важно от самото почистване е, че екологичната акция привлича вниманието както на местните хора, така и на общината.

Фестивалът предизвиква поставянето на множество **въпроси, свързани с чистотата** в селото. Както казва основната организаторка на фестивала: „Като дойдат много хора, и се виждат тези неща – че няма тоалетни, че няма кофи“. Всъщност, по време на фестивала общината осигурява кофи и извозване на боклука, но това предизвиква нови въпроси: „Не може да докараш кофите за 3 дни, а после да ги прибереш – защото хората питат къде са кофите.“

Като цяло фестивалът **създава в селото среда за дебат върху екологични проблеми** (чистотата, изсичането на гората и други), но също така **провокира множество нови идеи** - за въвеждане на разделно събиране и компостиране на отпадъците, поддържане на строителството с изпо-

лзване на естествени материали, подписване на екологична харта на селото и други.

2.2.5. Други ефекти

Фестивалът **провокира местните хора да (си) задават въпроси**, които нямат лесни отговори. От въпроса „*Какво им харесва [на чужденците и на хората от София], като тук е бедно и мизерно?*“, който налага преосмисляне на това какво ценно имаме, до въпроса на бабите от Долна Бела речка, които попитали в общината: „*А при нас какво ще се случи?*“

Фестивалът е причината за **подписване на „Меморандум за сътрудничество“ между община Вършец и Фондацията за нова култура** (организатор на фестивала), **което е прецедент за общината**, която никога досега не е подписвала подобен документ с неправителствена организация.

Фестивалът привлича във Вършец хора с различни идеи, контакти и професионален опит и по този начин отваря **нови възможности за партньорства и съвместни проекти** Според интервюираните служителки в Туристическия информационен център във Вършец: „*Покрай фестивала госта груги неща се случиха. Проява на British Council. Сайтът „Спомените ни“. Конкурс с деца [проект „Моята улица“], и още: „В момента разработваме проект за трансгранично сътрудничество. Имаме предвид фестивала.“*

Не на последно място, фестивалът дава **пример за децентрализация на културния живот** чрез провеждането на международно културно събитие в изключително малко населено място. Той е и доказателство, че един международен фестивал, който залага на новите медии и съвременните изкуства, може да се организира с местна подкрепа и доброволен труд, без непременно да разчита на големи международни донори. В допълнение, за хората от региона фестивалът осигурява достъп до културни образци, които се различават от стандартната културна продукция, достигаща до тях чрез медиите и традиционните културни канали.

2.2.6. Негативни ефекти от фестивала

Изследването не показва каквито и да е негативни ефекти, които фестивалът да е предизвикал за селото или региона.

Същевременно са посочени няколко потенциално проблемни точки, сред които големите очаквания на хората в селото, които лесно могат да се превърнат в разочарование, евентуалното напрежение между Горна Бела речка и околните села, както и възможността увеличаването на цените на къщите в селото да се тълкува по-скоро като проблем, отколкото като позитивен ефект.

Развитието на проекта обаче показва, че вероятността от реални проблеми по тези теми е изключително малка.

2.3. Причини за успеха

Проектът Бела речка дължи своя успех и голямото влияние, което оказва на местните жители, на комплекс от фактори, някои от които са посочени по-долу.

2.3.1. Ясна визия, съчетана с гъвкавост при постигането ѝ

Проектът Бела речка не е класически проект. Той по-скоро прилича на

изследователски проект, който често постига резултати, различни от предварително очакваните. Би могло да се каже и, че Бела речка е артистичен проект, който в голяма степен е базиран на импровизацията. Но той има една от ключовите характеристики на успешния проект – ясна визия за посоката, в която се върви, и за типа промяна, която иска да постигне.

2.3.2. Чувствителност, плавност, постепенност

Чувствителността е много важен елемент от идеята на проекта Бела Речка, който през всичките години се стреми (и успява) да изгради силна връзка с местните хора и със селото. Характерен за проекта е искреният стремеж да се развива в унисон с процесите в селото и да не накърнява атмосферата му. Проектът внася нови неща в селото, но се опитва да го прави по плавен и постепенен начин.

2.3.3. Традиция и модерност

Съчетаването на интереса към спомените, миналото и традицията с модерните технологии и начини за изразяване се превръща в запазен знак на фестивала и негова основна отличителна характеристика.

Тази уникална черта на фестивала продължава да предизвиква интерес – както в България, така и в чужбина.

2.3.4. Работа с медиите

Изключителното медийно покритие на фестивала е пряко свързано с множество от ефектите, описани в този доклад – изграждането на местен имидж, част от икономическите ефекти, повишаването на самочувствието на местните жители и т.н.

В допълнение, активното представяне на проекта в Интернет е ключово за разпространението на информация до определени целеви групи, сред които на първо място младите хора.

2.3.5. Привличане на местна подкрепа

Фестивалът получава силна подкрепа от страна на хората в селото и местните власти под формата на доброволен труд, даряване на предмети, организационно съдействие, както и чрез пряко финансиране и по други начини.

Стабилната местна подкрепа е знак, че местните хора приемат фестивала и застават зад него. Това е изключително важна гаранция за неговата устойчивост в бъдеще.

2.3.6. Силно лидерство

Голяма част от успеха на проекта Бела Речка се дължи както на силния екип, така и на лидерските умения на Диана Иванова, която има ясна визия, способна е да привлече много хора за своите идеи и същевременно е отворена да приеме промени в предварителните планове. Диана е един от носителите на тези чувствителност и естественост, които са ключови за проекта и фестивала.

2.3.7. Постоянство

Фестивалът GOATMILK не е еднократно събитие. Хората в селото виж-

дат, че организатори на фестивала идват постоянно в селото и това вероятно ги кара да се чувстват сигурни, че събитията ще продължат да се случват в Горна Бела Речка. Диана, Мариана, Калин и другите членове на основния екип на фестивала идват толкова често и толкова постоянно, че фактически вече не са „външни“ за селото.

Изграждането на доверие е дълъг процес, който изисква търпение и постоянство и в това отношение екипът на проекта Бела речка очевидно е направил много.

1 "What change were you hoping for? A weeklong retreat for artists might brighten the week for the village, but are there long term plans for using the capacity and network created by the Goat Milk Festival to improve the village? I may not have enough information about the goals or the organization, but I'm a little concerned about what change you were looking for and why." - част от анкетата попълнена от Ричард Глас, 28.04.2007 г.

2 Данните са взети от материали на Фондацията за нова култура и от разговори с кметския заместник на Горна Бела речка.

3 Навсякъде в текста хората от селото са представени с малките си имена. Моля всички тях да възприемат това не като липса на уважение, а напротив - като реверанс към специфичната интимна атмосфера на Горна Бела речка.,

ДОЦ. БИЛЯНА ТОМОВА

Разглеждането на културния сектор през аспекта на фискалната практика и политика не е често срещана изследователска задача и това е една от причините за редакционния интерес към текста на Диана Андреева, „Финансиране на културата в контекста на провежданата фискална политика“, който бе представен на националната конференция „Културата между държавата и пазара“ (НДК, 13-14 юни 2007 г.).

Модерната фискална политика е по-широко понятие от бюджетната, но неин основен инструмент остават данъците. Освен обичайните облагания и разходи, тя вече съдържа в себе си сложен комплекс от разнообразни възможности - целеви данъци, концесионни такси, директно финансиране програми, разнообразни фондове и др. Европейската фискална практика дава тези мощни инструменти, а текстът по-долу предлага идеи как те да се превърнат във фискална политика която да е част от нашата културна реалност.

Предложеният анализ оригинално показва, че фискалната политика, която в условията на валутен борд е основен лост за контрол, може и трябва да се използва за целите на устойчивото развитие на културата, изкуствата и културното наследство чрез 1) по-оптимално разпределение на фискалните ресурси и реструктуриране на бюджетните разходи, и 2) по-гъвкава, а не консервативна фискална политика, като провежданата днес. И наистина, не действа дисциплиниращо ежегодно нарастващият бюджетен излишък (от 700 млн. за 2003 г. до очакваните 2,5 млрд. за тази), нито пък високите разходи за военния сектор, които мнозина икономисти дефинират като сериозни „дестабилизационни импулси“.

Трудни са разговорите между министерствата на културата и финансите - обикновено формата не е диалогична и връзката не е хоризонтална. Ето защо, секторът има нужда от подобни текстове, които недвусмислено потвърждават, че 1) страната и в частност културата навлизат в нов период и нова среда за развитие, и че 2) ако досега строгата фискална политика е била разумно поведение, то днес вече практичността и е съмнителна.

Българската култура има нужда от устойчиво развитие, а за това са нужни и дълги хоризонти на планиране и свободен оборотен капитал и достъп до инвестиции. Всичко това е по-лесно за постигане, ако секторът има заявени фискални приоритети, но съчетани с решителност за лобирание до превръщането им в политика.

Финансиране на културата в контекста на провежданата фискална политика

ДИАНА АНДРЕЕВА

Съвременната държава придава все по-голямо значение на развитието на културния сектор – на изкуствата, културата и културното наследство. За малка страна като България това е изключително важен инструмент за утвърждаване на националната идентичност като член на голямото семейство от нации в ЕС.

За подобно развитие са необходими значителни средства, които се оказват не по силите на държавния бюджет. Извършеният анализ на разходите за култура в консолидирания държавен бюджет за последните осем години доказва силната ограниченост на държавното финансиране на културния сектор. Това разминаване между потребности и възможности на държавното финансиране поставя все по-остро въпроса за използване на политики за мобилизация на допълнителни, алтернативни на бюджетното финансиране източници на ресурси за културния сектор.

Едновременно с това такива части на културния сектор като културно наследство могат да играят голяма и нарастваща роля за развитието на туризма като един от приоритетните отрасли на българската икономика. За да бъде поднесено всичко това в рамките на туристическия продукт обаче, са необходими предварителни инвестиции.

Необходимите средства за разкриване, експониране и опазване на културното наследство са крайно недостатъчни и заемат по-голяма част от бюджета за културния сектор, което от своя страна води след себе си минимално финансиране на съвременното изкуство. За да предпазим културния сектор от остри дискусии, кой сегмент е с по-голям приоритет при финансирането е необходимо да се диверсифицират източниците на финансиране за различните сегменти на културния сектор. Възможно е отделянето на културното наследство, заедно с тежките разходи по финансиране на инфраструктурата, в отделен фонд, който да се финансира чрез непопулярни в момента инструменти за набиране на необходимите средства. По този начин в бюджета ще се отпусне допълнителен ресурс за финансиране на останалите сегменти.

Разходите за култура в консолидирания държавен бюджет на България

1. Практиката на последните години

Няма развита държава, която да не отделя средства за финансово осигуряване на провежданата културна политика - за развитие на културата, изкуствата, запазване на културното наследство и представянето им пред своите граждани, межкултурната общност и нарастващият туристически поток. Това, което впечатлява при запознаването със световната практика е фактът, че има страни, които не са в групата на богатите, но заделят достатъ-

чно средства за развитие и представяне пред света на своята култура, изкуства и културно наследство. Подобна политика обикновено се превръща в един от съществените фактори за развитието на туристическия сектор в тези страни.

Казаното не отменя и другата истина, че във всички страни, в т.ч. особено в по-богатите, голяма и нарастваща роля във финансирането на културата имат недържавните източници на средства - инвестиции на бизнеса (в т.ч. и под формата на публично частно партньорство), фондации, дарителство и спонсорство. Държавата е създала силно стимулиращо тази практика законодателство.

За съжаление, България не може да бъде отнесена към групата страни със силна държавна грижа за културата.

Числата на консолидирания държавен бюджет в раздел "Разпределение на разходите по функции", позиция "Култура" дават количествени измерения на държавния финансов ангажимент към сферата на културата и институциите, които осъществяват държавната политика за развитието на културата, изкуствата и културното наследство. Обект на анализ е периодът след въвеждането на Валутния борд и настъпилата финансова стабилизация. Това е и времето, в което тенденцията на икономическото развитие е трайно положителен и икономиката общо взето възстанови равнището си (по БВП) от началото на прехода.

Години	Общо субсидии			За заплати, осигуровки и издръжка		Само субсидии за нефинансирани предприятия и организации с нестопанска цел		Капитални разходи	
	Млн. лв	% към БВП	Индекси Предходна година =100	Млн. лв.	% от общата субсидия	Млн. лв	% от общата субсидия	Млн. лв	% от общата субсидия
1998	152,3	0,68	-	118,2	77,6	20,5	13,5	11,7	7,7
1999	155,1	0,65	101,84	126,9	81,8	14,5	9,3	12,7	8,2
2000	187,9	0,70	121,14	157,5	83,8	16,3	8,6	13,3	7,1
2001	196,3	0,66	104,47	160,7	81,8	18,8	9,6	13,4	6,8
2002	198,9	0,61	101,27	167,3	84,1	19,6	9,8	11,0	5,5
2003	248,6	0,72	125,05	197,1	79,3	28,8	11,6	21,6	8,7
2004*	226,7	0,60	91,19	-	-	-	-	-	-
2005*	259,2	0,62	114,33	-	-	-	-	16,4	6,3
2006*	291,5	0,64	112,46	-	-	-	-	38,3	13,14

**Според закона за бюджета. За всички останали години данните са отчетни. За последните три години липсва достатъчна информация за дезагрегираното представяне на бюджетната субсидия.*

Лесно се забелязват няколко характерни черти на представената чрез числата политика. Първо, публичните разходи за култура, като дял от БВП се запазват на почти неизменно относително равнище - 0.60 - 0.70%. Второ, поради това, че са твърде недостатъчни, 78-85% от средствата от бюджета отиват за заплати, осигуровки и издръжка на административни структури и културни институти.

За доразвиване на общата картина интересно е да се отбележи, че през 2007 г. се очаква БВП да бъде 194.4% спрямо 1998 г. (в текущи цени), а предвидените в бюджет 2006 г. средства нарастват спрямо същата година до 176%. Разликата в динамиката е свързана главно с понижения дял на тези средства спрямо БВП през последните две години. В условията на финансово благополучие и милиарди бюджетни излишъци (комулативно за осем години над 8.5 млрд.), подобна политика е неоправдана. Тъкмо през последните години е особено очевидно, че поради недостиг на средства има реална опасност страната да се лиши от уникални богатства на своето културно наследство.

2. Фактори за провежданата политика

Естествено възниква въпросът защо българската култура е в такъв режим на оскъдно финансиране? Защо въпреки постигнатото финансово стабилизиране, трайно увеличаване на БВП и не понижаващ се дял (около 40-41%) на преразпределянето му чрез бюджета, въпреки ежегодно реализираните бюджетни излишъци, културата остава със своите 0.60-0.65% от БВП финансиране от бюджета?

Въпреки стабилното развитие, България е страна с много ниско икономическо равнище, (измервано чрез БВП на човек от населението) и бюджетният ресурс, макар и увеличаващ се годишно с по 8-10%, е недостатъчен да покрие задоволително всички обществени потребности. Наличието и на приоритети, които получават повече в сравнение с темпа на общото увеличаване на бюджетните разходи, допълнително стеснява възможностите за повишено финансиране на останалите потребности. Всичко това е безспорно основният, *първи фактор* за равнището на финансиране на културата.

Вторият фактор е отношението на правителствата в България към културата - не на думи, а при изграждане и провеждане на практическа политика. С аргументите "има по-важни потребности", културата е поставена в групата на далечните бедни братовчеди.

Общо взето има съгласие по това, че за сектор Култура трябва да се търсят и източници на средства алтернативни на бюджетното финансиране. Това не означава, че бюджетната подкрепа трябва да намалява. Напротив, за много политики в областта на културата държавните субсидии следва да се увеличават, за да се постигне обхватност и високо качество на дейностите и предлаганият продукт.

Как могат да се осигурят повече бюджетни средства за Културата?

Имайки предвид ангажимента на правителството да не увеличава дела на БВП, преразпределян чрез бюджета, възможности културата да получава повече средства се съдържат в реструктуриране на бюджетните разходи.

Според мен предлаганата операция може да се изрази в намаляване с по 0,1% към БВП на средствата за следните функции по консолидирания държавен бюджет:

Разходи за отбрана БЪЛГАРИЯ е най-бедната страна в ЕС, а е в групата на страните с най-голям военен бюджет (като процент от БВП - 2,3%). В тази група са Германия, Англия, Франция, като последната е с по-нисък от нашия показател. Всички останали страни заделят между 0,6 и 1,6% от БВП. Не може Италия и Испания да имат военен бюджет малко над 1% от БВП, а България – два пъти повече.

Социални помощи и обезщетения (3,3%)..... Намаляването на безработицата, благоприятната икономическа конюнктура и необходимостта политиката на социално подпомагане да бъде ориентирана към стимулиране на хората за започват работа правят възможно намалението на средствата с 0,1% по тази позиция бюджетни разходи.

Изпълнителни и законодателни органи (държавна администрация)- 2,5% достатъчно и много убедителни са оценките за излишно големия като цяло и прекалено раздут щат. Правителствената програма предвижда да бъдат направени съкращения с 10% на персонала. Време е това реално да бъде направено.

Разходи, неклассифицирани в други функции (2%) посветените в бюджетната технология много добре знаят, че в тази позиция на консолидирания държавен бюджет се залагат значителни резерви. И още нещо правят се разходи, които трудно могат да бъдат защитени като особено ефективни. Бюджетът работи с излишно много резерви заложи в различни пера. Това създава висок фискален комфорт за финансовото ведомство и правителството вече 10 години, но не е дисциплинираща практика и понижава ефективността на фискалната политика.

Икономически дейности и услуги (3,6%) в тази позиция се залагат относителни резерви.

Освободеният ресурс (0,5% от БВП за 2008 г. в размер на 56,5 млрд. лв.) позволява средствата за сектор култура да се увеличат от сегашните 321 млн. лв. (0,62% от БВП) на 620 млн. лв. (1,1% от БВП). Така ще се преизпълни един от програмните ангажименти на правителството. Това ще бъде и прецедент в тази област за последните 17 години и връщане на отделяните средства за култура на нивото от 1989 г. (1,09%).

Освен посочените по-горе възможности, чрез реструктуриране на бюджетните разходи в сегашното развитие на икономиката се наблюдават неизползвани фискални инструменти, лостове за допълнително финансиране, които биха осигурили допълнителен ресурс, който да покрива разходите по разкриване, опазване и експониране на културното наследство и разходи по поддръжка на културната инфраструктура. Един от тези инструменти е вътрешният дълг, използван успешно в почти всички развити и развиващи се държави. Уви, през последните години се наблюдава прекомерно, предпазливо свиване на емисиите по дълга, а числата показват, че в процентно изражение той представлява 6,2% от БВП. Абсолютно никаква опасност по обслужването му! Аналогично е състоянието и по външния ни дълг. Нашият дълг като процент от БВП е по-нисък от средния в ЕС и в Евророната, без някой да го иска от нас. Публичният ни външен дълг е около 28% от БВП, при 63,8% за ЕС-25, 71,3% за Евророната и 105 -110% в Италия, Белгия и Гърция.

Прехвърлянето на дългово бреме върху бъдещите поколения, поставя въпроса дали такъв подход е справедлив и ефикасен. Когато дискутираме възможността за емитиране на дълг на преден план излиза въпросът доколко е справедливо сегашното поколение да прехвърля дългова тежест по финансиране на (национална стратегия за култура или фонд културно наследство) върху следващото. Някои икономисти считат, че „прекаленото дефицитно финансиране тласка обществото към морален упадък“. В него се създава представа, че посредством бюджетно финансиране държавата може да реши многобройните икономически, социални и други проблеми на обществото. А всъщност грижата за културата трябва да се поема от всички данъкоплатци на страната. Допускаме, че след присъединяването на България към Европейския съюз, ще се наблюдава финансова стабилност вследствие на запазването на валутния борд, реалният икономически растеж е от около 5,6-5.8% на годишна база и бъдещото поколение ще разполага с по-големи доходи, отколкото сегашното.

При това положение дълговата тежест за това поколение няма да бъде осезаема и средствата, получени от евентуалната емисия ще осигурят на културния сектор възможност за дългосрочна стратегия и необходимото ѝ финансово обезпечаване. От друга страна, освобождаването на бюджета за култура от разходите за инфраструктура и културно наследство, ще доведе до допълнителен ресурс за най-ефективните разходи от този бюджет, а именно за проектни субсидии с участието на третия сектор.

Интересен е и въпросът, който значителна част от икономистите си задават, а именно – кое е по-важно за държавата милиардният бюджетен излишък, който подхранва все по-големия фискален резерв (достигнал 7,9 млрд. лв) или развитието на културния сектор и други сектори с ограничено финансиране? Бюджетният излишък потиска икономическия растеж, ограничава възможностите за активна културна, социална, екологична, образователна, научна, иновационна, структурна и друга политика. Още по-тежки са последствията за бедна страна като България с многобройните остри нерешени проблеми в посочените области.

Отговорът е очевиден. България трябва да провежда балансирана бюджетна политика с уравновесен или леко дефицитен бюджет и с допълнителните 2 млрд. лв. да финансира развитието на посочените сектори. Бюджетът трябва да обслужва развитието на културата, здравеопазването, образованието, инфраструктурата и другите дейности, а не обратното.

Не е вярно, че равновесният бюджет е условие за присъединяването към ЕС. Бюджетният дефицит на 25-те страни от ЕС за 2004 г. е 2,6% от БВП, а на Евроразоната 2,7%. дефицитът на Гърция е 6,1%. Най-големите страни членки имат 3-4 процентни дефицити.

Дефицит от 2% би осигурил допълнително около 800 млн. лева. Ако сравняваме с искания от МВФ излишък, допълнителният ресурс ще е около 1,5 млрд. лв.

Финансиране на фонд „Култура“ към общините

1. 1 % данък върху доходите на физическите лица

Очевидно е, че сега заделяните чрез бюджета средства за култура (позицията „функция Култура“ в консолидирания държавен бюджет) и % за

култура от бюджетите на общините са крайно недостатъчни за финансиране на културата, изкуствата и за разкриване, опазване и експониране на огромното културното наследство. Дори и предлаганото увеличение на разходите за култура до към 1 процент от БВП не решава проблемите във връзка с финансирането на културния сектор. Всичко това поставя въпроса за намиране на допълнителни източници на финансов ресурс. Създаването на фонд „Култура“ към общините е възможност за осигуряване на допълнителни средства за културния сектор.

В търсене на решение особено внимание заслужават практики и политики, които вече са доказали своята ефикасност и същевременно не са свързани с трудности при администрирането им. От тази гледна точка особено внимание заслужават моделът (1 процент), който убедително се доказва като успешен в Полша, Унгария, Словакия, Литва, Румъния и други централноевропейски държави.

Адаптирането и прилагането му в България може да стане в следната форма:

1 процент от събираният данък върху доходите на физическите лица целево да се насочи към специално създаден фонд „Култура“ към общините. В средносрочна перспектива може да се прогнозира осигуряването на допълнителен финансов ресурс за фонд „Култура“ към общините в размер на около 10,4 млн. лв. , при ДОД за 2006 г. в размер на 1040.0 лв. Тенденцията е събираният данък да се увеличава ежегодно и в следващите години да достигне 12-15 млн. лв. Разпределението на 1 процент от събирания ДОД ще става според постъпленията на всяка една община. Това означава , че значителни постъпления ще има в столицата и големите градове, тъй като там са най- многобройни данъкоплатците.

2. Данък сгради

Тъй като общините са изключително ревниви към приходите, които и без това не са достатъчни за посрещане на нуждите им, би било добре да се отиде към увеличаване с 0,2% до 0,4% на данък сгради, съответстващите на които постъпления да отиват директно във фонд „Култура“ към общините.

3. Дарения

Те представляват волните пожертвования на стопански субекти в полза на фонд „Култура“ към дадена община. Постоянните постъпления по тази линия зависят от вярата на корпоративните и индивидуални дарители, че фонд „Култура“ към общината ще използва рационално техните средства, следвайки изготвена стратегия. По този начин бизнесът и индивидуалните дарители участват активно и подпомагат конкретни проекти в сферата на културата.

4. Арт лотария

Арт лотарията представлява дългогодишен успешен финансов механизъм за допълнително финансиране на културния сектор. Според изследване на CIRCLE в 24 държави можем да разделим арт лотариите на 3 вида:

1. Централизираны - лотарията с нейните разновидности се управлява монополизирано, от публична агенция или публична корпорация. В тази група попадат северните държави (Финландия, Норвегия и Дания), Ирландия,

където националната лотария се управлява от държавна компания и някои от новите демокрации - Словакия и Естония. Част от задълженията на компанията монополист, която администрира лотарията е разпределение на част от печалбата за културния сектор (изкуства и културно наследство).

2. Частично централизирани - частичен държавен монопол, при който оперативните дейности, свързани с лотарията се извършват от частни или нестопански организации или от консорциум от организации. Компании, които извършват оперативните дейности могат да бъдат смесени акционерни, в които държавата притежава контролен пакет акции.

3. Слаб монопол - представители на този модел са държави като Австрия, където по исторически, икономически или политически причини частни компании са лицензирани да извършват оперативните дейности свързани с лотарията. Държавата, разбира се, събира приходи от частните компании чрез корпоративен или специален хазартен данък. Възможно е също да им бъдат наложени условия да финансират културното наследство, да подкрепят финансово културната инфраструктура и др.

В някои държави делът на приходите от арт лотарията достигат до 70% от държавните разходи за култура (Финландия), Дания - 16,8%, Холандия - 9,4% , Белгия – 2%. В държавите от Централна и Източна Европа този процент е значително по-нисък. От тази група единствено Полша прави изключение с 14,5%. Естония също генерира значителни постъпления - 6,9%. Следват Словакия с 4,7% и Унгария с 1,3%.

Различни са начините за разпределение на средствата от арт лотарията. Те могат да бъдат прибавяни към бюджета на Министерство на финансите, както е в Дания, Норвегия, или Италия, или да бъдат прехвърлени в специално създадени фондове или агенции (Великобритания, Германия и Холандия). Най-често чрез средствата от лотарията се подкрепя културното наследство и се дава директна подкрепа за културни творци.

В България по данни от 2001 г., чрез лотария се заделят около 0,08%, от държавния бюджет за култура. В приетия през 2005 г. Закон за меценатството е предвидено създаване на арт лотария.

„Чл. 31. (1) Държавата организира лото за подпомагане на културата при условията и по реда на Закона за хазарта.

(2) Използването на приходите след данъчно облагане и приспадане на разходите и изплатените печалби се утвърждава от министъра на културата, съгласувано с министъра на финансите, като най-малко 75 на сто от тях се използват за нуждите на създадени със закон национални фондове, подпомагачи създаването на произведения на културата“.

Зададен е и срок за създаването на лотото в преходните и заключителни разпоредби на закона.

„§ 3. В срок една година след влизането в сила на закона по предложение на министъра на културата Министерският съвет организира лото за подпомагане на културата по чл. 31“.

Обн. ДВ. бр.103 от 23 Декември 2005 г.

Възможно е, чрез поправка в закона да се осигури част от приходите да се насочват към общински фондове „Култура“ или каквато е практиката в някои държави да се организират регионални лотарии, приходите от които да се разпределят чрез общинските фондове Култура“.

5. Туризм

Връзката между туризма и културния сектор в най-голяма степен допринася за развитее на местно ниво. Факт е, че общините, в които има туристически дестинации не изпитват финансови затруднения да администрират разходите за култура. Културните дейности на местно ниво трябва да се насърчават, поради способността им да привличат туристи. Икономическото въздействие може да се измери по директен и индиректен начин. Първият се изразява в генерирането на приходи и увеличаване на заетостта. Индиректният начин се изразява чрез културния туризъм (изразходвани средства за хотели, транспорт, ресторанти и др.). Партньорството между общински фонд "Култура" и туристическия сектор би трябвало да се задълбочи, тъй като в последните години туризмът има най-голям дял в БВП и е секторът с най-голям ръст в икономиката. Курортни такси, които постъпват в общинските бюджети са една от възможностите за осигуряването на финансовото обезпечение за фонд "Култура" към общините.

6. При набиране на средства за общинските фондове „Култура“ би могло да се използват предвидените в Закона за култура, възможности за събиране на средства за Национален фонд „Култура“:

Чл. 31. (1) Средствата по фонда се набират от:

1. (изм. ДВ бр. 99/2005 г.) петдесет на сто от глобите по чл. 98в, ал. 2 от Закона за авторското право и сродните му права;
2. десет на сто от приходите от наеми, получавани от търговските дружества с държавно участие в областта на културата, като отчисленията се правят преди разделянето на наема между наемодателя и републиканския бюджет;
3. сумите по чл. 33, изречение първо от Закона за авторското право и сродните му права;
4. сумите по чл. 26, ал. 3, изречение второ от Закона за авторското право и сродните му права;
5. таксите по чл. 24, ал. 2 от Закона за паметниците на културата и музеите;
- 5а. (нова - доп. ДВ бр. 74/2005 г.) петдесет на сто от глобите и имуществените санкции по чл. 54, 55, 56, 59, 60, чл. 61, ал. 2 и чл. 62, ал. 1 и 3 от Закона за административното регулиране на производството и търговията с оптични дискове, матрици и други носители, съдържащи обекти на авторско право и сродните му права.
6. (изм., ДВ, бр. 55 от 2004 г., бр. 28 от 2005 г., изм. ДВ бр. 21/2006 г.) глобите и имуществените санкции по чл. 34, 34а, 35, 35а, 35б и 35в от Закона за паметниците на културата и музеите, наложени с наказателни постановления, издадени от министъра на културата;
7. санкциите по чл. 37;
8. десет на сто от договорената цена за наема на експонати - движими паметници на културата, собственост на държавата, включени в изложби извън страната;
9. сумите по чл. 33, ал. 4;
10. петдесет на сто от постъпленията от таксите по чл. 4, ал. 2, т. 4;
11. дарения, завещания и спонсорство от български и чуждестранни физически и юридически лица;
12. лихви по сметките на фонда;

7. По примера на фонд „Култура“ в Шумен, постъпленията от отдаване на общинска собственост могат да осигуряват част от финансирането на фондовете.

В заключение може да обобщим, че в България при финансирането на културата има два подхода:

Първият подход е свързан с разработване на национална и регионални стратегии с ясни приоритети, мобилизиране на допълнителен бюджетен ресурс от сегашните 0,62% до 1,1% от БВП, както и използването на алтернативни източници на финансиране. Добър пример на регионално ниво е създаването на общински фондове „Култура“, които биха могли да акумулират допълнителни източници на финансиране за целите на общините.

или,

Вторият подход, е отражение на провежданата в последните години политика: липса на национална стратегия, без ясни средносрочни и дългосрочни приоритети на развитие. Този факт обуславя, неадекватното държавно финансиране и слабите възможности за допълнително пазарно финансиране на културата.

БИБЛИОГРАФИЯ

The Economy of Culture, Study prepared for the European Commission, 2005.

Държавен бюджет, Министерство на финансите - 1989-2006 г.

Доклади на Европейската комисия, 1998-2005 г.

Закон за закрила и развитие на културата, 1999 г.

Закон за меценатството, 2005 г.

Закон за общинските бюджети, 2006 г.

Закон за паметниците на културата и музеите, 1969 г.

ЗДОД, Министерство на финансите, 1989-2006 г.

ЗКПО, Министерство на финансите, 1989-2006 г.

Ландри, Чарлз, доклад на европейски експертен екип, „Културната политика в България“, Враца, 1998 г.

Маринов, Стоян и Бонев, Юлиан, „Програма за устойчиво развитие на туризма в община Несебър, 2005-2010 г.“, Стено, 2005 г.

ЗА АВТОРИТЕ

Биляна Томова е доктор по икономика. Преподавател е по „Икономикс“ в Стопанския факултет на Техническия университет – София, както и по „Артмениджмънт“, „Спонсорство и меценатство“ в катедра „Управление на социално-културните дейности“ към ЕНСС. Автор е на статии и студии в областта на икономика и мениджмънт на културата и финансиране на публичния сектор. В тези области участва в български и международни изследователски проекти. Член е на Националния граждански форум „Култура“, както и на европейската мрежа за културна политика и изследвания „CIRCLE“.

Весела Христова-Радоева е изкуствовед. През 90-те години на ХХ век е художествен консултант на Първа частна банка и на частни колекционери. Хоноруван преподавател в Нов Български университет и в Националната художествена академия по проблемите на художествения пазар. Директор на Софийската градска художествена галерия от 2002 до 2005 г. В момента се занимава с консултантска дейност.

Диана Андреева има бакалавърска и магистърска степен по специалност „Финанси“ от Университета за национално и световно стопанство с магистърски теза „Финансиране на културата и изкуствата“. Продължава образованието си в Софийски университет „Св. Климент Охридски“ по специалност „Изкуства и съвременност - ХХ век“, както и от 2005 г. по специалност „Кино и телевизионна режисура“, Департамент по визуални изкуства, НБУ. От февруари 2007 г. е докторант по икономика на културата при доц. Биляна Томова, УНСС, София. Професионалния си опит започва в сферата на финансите през 1999 г. в „АНДЕА“ ЕООД като финансов и маркетинг мениджър. От 2005 г. работи като изследовател по културни политики в проект „Експертно знание за публичните политики и академична промяна“ (РЕАС), СУ „Св. Климент Охридски“. Като доброволец към различни международни организации е участвала в 17 проекта в над 10 държави.

Нели Стоева е докторант в катедра История и теория на културата в СУ „Св. Климент Охридски“. Получила е магистърска степен по културология в същата катедра с дипломна работа върху театралната реформа в България. Работила е като координатор на проекти в Театър 199 и е участвала в редица изследователски и практически проекти в областта на културните политики и мениджмънт на изпълнителски изкуства. От юли 2007 г. е експерт в Национален фонд „Култура“. Изследователските ѝ интереси са насочени към информационни ресурси и информационна инфраструктура, обслужващи политиките за култура, както и към изработването на методики и индикатори за оценяване на ефектите от програми и проекти в културата и изкуствата.

Пламен Крайски е главен редактор на сп. „Будител“ и председател на УС на сдружение „Кръг Будител“

Таня Александрова е докторант по „Икономика на културата“ в УНСС и главен експерт в отдел „Заетост и възнаграждение на труда“ на НСИ.

Тодор Чобанов е археолог, докторант в катедра „Археология“ на СУ „Св.Климент Охридски“. Началник е на инспектората за културно наследство в МК от 2004 до 2007г. Експерт е към постоянната работна група на ВКП за връщане на паметници на културата. Автор е на множество научни и популярни публикации, включително изследвания върху законодателството в сферата на културното наследство.

Франсоа Матарасо е водещ експерт в областта на културните практики на общността. Работи като изследовател, писател и консултант. Матарасо е почетен професор в училището по изкуства „Грей“, университета „Робърт Гордън“ и е Clore Foundation Fellow за 2007/08 година. В работата си като изследовател Матарасо проучва взаимодействието между развитието на изкуствата, политиките за изкуства и култура и възникващите идеи в тези области. Публикува основополагащо изследване върху ефектите от участието в културни дейности и развива нови подходи за оценка в областта на изкуствата. Матарасо работи за културни организации в повече от 20 страни в Европа, Латинска Америка, Япония и Африка. Трудовете му са преведени на френски, италиански, португалски, руски и други езици.

Юлия Петрова е главен експерт в отдел „Статистика на социалните дейности“ на НСИ.

Юри Вълковски е изследовател и преподавател в областта на културната политика. През 1994 г. участва в проект за изследване на културните раздели в предизборните програми на политическите партии. От 1994 г. досега участва в проекти в областта на: изследването на галериите в София, гражданско участие в провеждането на културните политики, финансиране на културата в България, регионални културни политики и други. През 2001 г. е сред инициаторите на проект „Технологичен Парк Култура“. През 2002-2003 г. работи като координатор на програма в Сорос център за културни политики. От 2003 г. води курсове по културна политика в Нов български университет и Софийския университет „Св. Климент Охридски“. От 2006 г. е член и координатор на Експертната група за прозрачна и ефективна културна политика.

Явор Койнаков е завършил е Национална академия за театрално и филмово изкуство, София. Участва в образователни програми: Сценични организации, фестивали и агенции на Institute for Cultural Research/KulturKontakt, Виена, и Международното коопериране в изкуствата на Amsterdam Summer University. Взима участие в международни проекти като Програма на Европейската културна фондация „Политики за култура“, Мрежа на Културно-контактните точки по програма „Култура 2000“, Съвет на Европа: Културно многообразие и културно предприемачество, Банка за развитие на Съвета на Европа: Културните индустрии в България, Българо-холандски проект ABC, Maison de la Culture du Monde – Париж (семинарна програма във Франция и Великобритания за културните индустрии в Европа). Директор на Евробългарския културен център от създаването му до 2006 година.