



Проект „Лидерство за регионално развитие“

Трета междурегионална стратегическа среща-дискусия

Доклад

**Културата и общността: регионално развитие
и междурегионално сътрудничество**

2 – 3 юни 2017 г.

**Парк Хотел „Севастократор“
с. Арбанаси**

1. КОНТЕКСТ И ЦЕЛ НА ДОКЛАДА

Културата заема важно място в ежедневните процеси на споделяне в местните общности. Тя е свързващо звено между техните членове и основа за общностно съзнание, съвместно действие и съвместен живот. И докато спецификата на местната култура е от съществено значение за съзнателната посока на единния стремеж за общо движение напред, нейният разпад води до процеси на дезинтеграция на общността.

Същевременно, чрез културата се създава продукт, който може да допринесе в значима степен за развитието на местните общности, градовете и регионите. Културните процеси се явяват един от главните фактори за местно и регионално развитие, както и възможност за сътрудничество между регионите, и действа в няколко взаимосвързани направления: културата като бизнес и туризъм, бизнесът в подкрепа на културата, културата като градоустройство, културата и междурегионалните връзки и проекти, лидерство и граждански инициативи в областта на културата, ролята на НПО, културните оператори и местните администрации за културното развитие, моделите за успех и разпространение на културен продукт и пр.

Тази важна роля на културата определи общата тема и фокуса на Третата междурегионална стратегическа среща по проект *„Лидерство за регионално развитие“*, изпълняван от Института за регионални и международни изследвания (ИРМИ) и финансиран от Фондация *„Америка за България“*: *„Културата и общността: регионално развитие и междурегионално сътрудничество“*.

Междурегионалната среща имаше за цел да свърже представителите на различните участващи в проекта целеви региони, на която да бъдат обсъдени различни теми, свързани с възможностите за развитие на местните общности и региони чрез култура и посредством изграждане на мрежи от единомишленици и заинтересовани лица. Срещата даде възможност и да бъдат чути техните виждания относно възможностите за местни, регионални и междурегионални културни инициативи, които да спомогнат за ограничаване на процеса на общностна дезинтеграция и да подобрят цялостното благосъстояние на регионите.

Участници в срещата, проведена в Арбанаси, бяха местни лидери, културни дейци, представители на културните гилдии, културните оператори, бизнеса, общинските власти и неправителствения сектор от участващите в проекта целеви региони. Включиха са 33 човека от всички възрасти, като една част от участниците бяха същевременно и лектори в отделните панели, като представиха основните теми на форума.

Като подход форумът съчетаваше презентации на експерти по основни теми и дискусии.

Настоящият доклад има за цел да представи накратко темите и дискусиите, да обобщи резултатите и да даде препоръки от проведената Трета междурегионална стратегическа среща-дискусия.

2. ОСНОВНИ ТЕМИ И ДИСКУСИИ

Институтът за регионални и международни изследвания (ИРМИ) проведе последната Трета междурегионални стратегическа среща-дискусия по проект "Лидерство за регионално развитие", подкрепен от Фондация "Америка за България". Събитието се състоя на 2 – 3 юни 2017 г. в Арбанаси. Темата на срещата беше *"Културата и общността: регионално развитие и междурегионално сътрудничество"*.

Основните теми на дискусията бяха разделени на четири панела, както следва: *„Културата като бизнес и като гражданска инициатива”, „Бизнесът в подкрепа на културата: култура, туризъм, историческо наследство. Има ли неподходящи места за културен туризъм?”, „Култура и градоустройство: как се възраждат за живот градовете?”* и *„Културният живот като основа за междурегионални връзки и проекти"*. Организирана беше и интерактивна вечерна сесия за стратегически разговор между участниците в неформална обстановка на тема *„Културата и общността - кои сме ние? Културата - интегратор и вдъхновител на общността. Нуждае ли се бизнесът от културата като среда за своя успех?”*. Във въвеждащата си част форумът бе открит с представяне на резултатите по проекта до момента и кратко обобщение по общата за форума тема.

Всеки панел даде възможност на участниците да чуят мнението на техни колеги по темите под формата на презентации, представяне на добри практики, критики и предложения за по-добро сътрудничество между регионите в бъдеще и включването на широк кръг хора в този процес. Участниците можеха да се изказват по време на предвидените дискусии към всеки панел.

Изложението по настоящият доклад следва структурата на програмата на проведената в Арбанаси трета среща-дискусия.

Откриване

Основна задача на проект „Лидерство за регионално развитие“ е да спомогне за спиране на ерозията и автархията в българските региони, като

процесът бъде обърнат в обратната положителна посока. Проектът се осъществи на няколко етапа – регионални форуми, създаване на регионални платформи, обучения, които постигнаха конкретни резултати и доведоха до създаването на мрежи от местни лидери, които да работят от „долу-нагоре“ за развитието на местните общности и региони. За да бъдат надградени тези срещи и да се търсят възможности за разширяване на създадените мрежи през регионите, екипът на проекта организира три междурегионални стратегически срещи-дискусии, на които последователно се разглеждат три основни проблема – човешки потенциал, млади хора и култура.

Културата и нейният принос и потенциал за регионално развитие са фокусът на третия форум, чиято основна цел е да разгледа по какъв начин културата може да мобилизира общността и да я стимулира за развитие. За изпълнението на такъв тип стратегическа визия е необходим дух на общността, както и лидери, които я вдъхновяват за действие и водят към развой. Целта на третата среща е да се види как културата може да изиграе точно тази вдъхновяваща роля, какво може да направи културата на локално, регионално и национално ниво.

Първи панел: „Културата като бизнес и като гражданска инициатива“

Първата тема от панела на тема „*Аз и моите обувки: туризъм по мярка*“, базирана на едноименен проект в периода 2013 – 2014 г., разгледа няколко културни проекта на Фондация за нова култура, които са довели до съживяване на общността на с. Бела речка, област Монтана.

Организацията започва своите дейности, свързани с култура и изкуство, в мярката на село Бела речка, през 2003 г.; с други думи - култура по мярка, съизмерима с мащаба и възможностите на селото и отразяваща всекидневния живот на жителите му. Всяка година се събират хора от над 10 държави в рамките на Фестивал на спомените „Козе мляко“. Проектът се базира на събрани спомени на местните хора за всекидневния им живот, мечтите, легендите, природата, общността.

Около 24 май, по време на събора на селото, с доброволни усилия на приятели, съмишленици и доброволци, дейностите на Фондацията връщат към живот сградата на училището и читалището – център на колективния дух на населеното място. Музиката също връща живота в селото, тя отразява ритъмът на мястото. Всяка година в рамките на фестивала се правят различни проекти, които включват северозападната периферия. Заслужава да се отбележат проектите „Бели ризи от Бела речка“ и „Камбаната на Бела речка“. В разнообразните дейности участват хора от други региони и от чужбина, с което се извършва реално междурегионално културно

взаимодействие, което дава основа за разширяване на обхвата на едно сътрудничество в областта на културното развитие между регионите.

Проект „Игра на стъклени перли“ е за възстановяване на камбаната в Бела речка. При изпълнението му са събирани спомените на хората за тази камбана. Местата за събиране, за памет, за съпреживяване са в основата на проект „Казанът“, с участници не само от България, но и от Австрия, Германия, Холандия и Швейцария. Казанът на селото се явява обединител на местната общност.

В дейността на Фондацията, основен фокус са местата на памет в Северозапада (преподаване на близка история с помощта на предмети и изкуства), козята извара от Бела речка, която освен хранителен продукт е и продукт на местната култура, възстановяването на западнали и запустели сгради, работата с деца от домове. Всички те фокусират енергията на местните хора, около културния субстрат на общността, като средство за изграждане на колективния дух.

Извод: Необходим е стремеж и целенасочени действия, за да се създадат базови условия, за да оцелеят младите хора в западащите села, а също и да се върнат млади хора към селата, като локалната култура е един обединителен елемент от такива усилия.

Следващата презентация в панела беше на тема *„Джаз за модерно селско развитие“* в селата от района на Деветашкото плато, проект осъществен от Сдружение *„Деветашко плато“*.

Всичко започва с една идея край село Кърпачево, Ловешко, намиращо се на 6 км. от Крушунските водопади, да се правят неща – събития, лагери за деца, привличане на туристи. На Деветашкото плато има около 10-ина селца, за които никой нищо не знае, разделени в три различни общини. Никой не е мислил за Деветашкото плато, освен като географско понятие. Първоначалната идея е да се направи така, че туристите да дойдат в Кърпачево и другите села. От сдружението събрали хората и трима от кметовете на разговор за това, какво може да се направи. Целта е да се прави нещо общо заедно, да се създаде общност от всички села, които възприемат себе си като Деветашко плато – от малката общност, към селото, към по-голяма регионална общност, наречена Деветашко плато. При обсъждането на идеята какво да се прави, повечето идеи са подсказвани от местните хора. Въз основа на този обмен и разговор се решава да се фокусират върху различни проекти в селата.

Констатирана е нуждата от инвестиции в човешкия ресурс, който е от предимно възрастни хора. Направени са информационни и туристически центрове и е прокаран интернет в Деветашката общност. Почти във всички къщи има потребители на интернет. На тази основа се случва развитието на района като туристическа дестинация, посредством дейности за привличане

на туристи и изграждане на туристическа инфраструктура към нови обекти, пътеки, беседки, а също така подпомагане на ловните дружинки. Издадена е и нова карта на Деветашкото плато за улеснение на туристите.

От Сдружението работят със студенти от УАСГ и от Университета във Велико Търново, като сред дейностите им са тези за възстановяване на къщите и опазване на наследството, както и поправянето на часовниковата кула в село Крамолиново.

Сдружението спомага за разкриване на нови пещери за туристите, например Чавдарска пещера. Водопадът в Крушуна, който не е бил много известен доскоро, е превърнат в туристическа дестинация.

Установена е нуждата на местната общност от културен календар и културни събития, които да привличат още хора. За целта се организира Събор на Деветашкото плато, като предстои 10-тото му издание. За разнообразяване на туристическия продукт се организират фотопленери и пътуваща изложба.

За попълване на календара се осъществява инициативата Джаз на село – на поляната между две села върху бали сено. Пещерен диксиленд свирят в устието на пещерата. Тази инициатива е важна поради факта, че е местна идея на хора от Сдружение „Деветашко плато“, в което членуват 150 души от всички деветашки села. Джаз проектът тече вече трета година с увеличаващ се брой участия и медийни отразявания. Увеличават се и спонсорствата, вкл. и медийно партньорство с БНТ, което дава видимост на стойността на културата като възможност за бизнес и съживяване на общността.

За успеха на тези проекти цифрите говорят сами за себе си: в началото, през Крушунските водопади минават 15 000 туристи годишно; днес вече те са 250 000 души. В началото в Деветашкото плато е имало само една стара хижа, а днес има 42 къщи за гости.

Извод: Културните проекти, съобразени със спецификата на населеното място, привличат хора отвън към общността и са основа за развитието на туризма и местната икономика и културна среда. От работата в Деветашкото плато има още какво да се спечели за местната общност, но са необходими и целенасочени политики.

„Историческият парк – едно възможно бъдеще пред културния туризъм“ беше тема на третото представяне. Целта на Историческия парк е да покаже на туристите важните моменти от историята на България. Той представлява нереализирана в такъв мащаб концепция за туристическо пътуване в миналото и наситени с положителни емоции преживявания. При намаляване на свободното време и нарастващото желание за почивки, огромна е потребността от атракционни, които да пестят време и да създават емоции. Такива са тематичните паркове. По същността си историческият парк е

развлекателен парк с много ниски разходи за експлоатация и поддръжка, и с над 100 години живот на основните активи.

През 1980 г. приходите от туризъм в света са 125 милиарда долара, като през 2014 г. те нарастват на 2360 милиарда долара, което е равносилно на парите в ИТ сектора. Очаква се ръстът в бранша да е над 4.4% през 2030 г., което създава предпоставки за разработване и развитие на модели в туризма на регионално равнище и на културни проекти като Историческия парк, още повече че се очаква през 2020 г. културният туризъм да заема най-голям дял от целия туризъм.

Историческият парк е проект, който е модерен в туристическия бранш – връщане в по-старо време. Такъв тип паркове са места, където съвременните потребители/туристи обичат да ходят за повече преживявания, представени на детско ниво. Историческият парк ще се възползва от вакуума в предлагането на мащабни, качествени и завършени атракционни на културно-историческа тематика в глобален аспект. На 130 дка паркът ще предлага неизчерпаеми възможности за тематични, исторически мотивирани развлекателни програми и дава опции за провеждане на широк спектър културно-масови мероприятия.

В света до момента не съществува подобен продукт с такъв мащаб. Паркът ще представлява смесване на природа и възстановка на различни исторически епохи, вкл. тракийската част от нашата история (напр. възстановка на тракийско жилище като атракцион). Предвижда се римска част, част за Първото и Второто българско царство, възстановка на тронната зала на Царевец, кухня от съответния период, книга за рецепти от различните епохи и години.

Историческият парк е насочен към новия вид потребители, които са свикнали с интернет и други визуални картини, както и всички услуги да са им на едно място. Паркът ще е разположен на леснодостъпно място при Ветрино до Варна, с добри комуникационни точки в други части на страната.

Изграждането на комплекса възлиза на 50 милиона Евро. Цялостните експлоатационни разходи на завършения проект ще са сравнително ниски за такъв тип комплекс. Основните разходи са за персонал и суровини. Амортизацията на активите е минимална.

Извод: Изграждането на Историческия парк ще доведе до завръщане на хора, които покрай парка ще могат да имат възможност за работа и развитие, което да доведе до съживяване на общностите и регионите, чрез този мащабен културен продукт. Той ще увеличи и значимостта на туризма като дял от местната икономика.

В последвалата дискусия бяха изразени следните по-основни становища по повдигнатите в панела въпроси:

1. Беше направен паралел между Етъра и Историческия парк. Етъра е прекрасен, но е необходимо да бъде развиван. Изграждането на комплекс като Историческия парк не трябва да е бутафорно, но същевременно да предлага улеснения за туристите.
2. Царевец има потенциал от поне 10 милиона туристи.
3. Восъчните фигури, които ще бъдат в Историческия парк, ще имат ефект, защото ще бъдат поставени в естествена среда.
4. Как ще бъдат представени спорните от историческа гледна точка събития, напр. славяни, прабългари? Важно е да се покаже историческото развитие на Европа чрез Парка, а не развитието на българската народност, което е само по себе си обединително нещо.
5. При реставрации и възстановки от няколко парчета трябва да се направят 100 парчета. Целта е да се направи не исторически, а туристически обект.
6. Нашият туризъм в момента е архаичен, посткомунистически.
7. От Историческия парк искат да изкупят и обезлюдени села и да ги възстановят за туристи с оригинални български продукти.
8. Туризъм по чия мярка? На местните хора и на хората, които идват като туристи. Селата имат уникални хранителни рецепти, различни и между близки тела. Туристите търсят пресъживяване на местната култура.
9. Дали Историческият парк ще се превърне в Лас Вегас? Не, възстановките ще допринасят за това, туристите да се заинтересоват и да посетят и оригиналните места и обекти извън парка.
10. Най-тъжното е, че развитието на селските райони не е приоритет на националната политика. Нещата се правят от граждански активисти и ентузиасты, заедно с местни хора. Хората от 42 къщи за гости в Деветашкото плато сами си инвестират в тях. Стремешът е да се събуди инициативата у местните, хора, които не очакват бърза печалба, а са находчиви за дългосрочно действие. Изградено е ядро от хора, които са запалени за развитие на района.
11. Ключовата дума е качество на това, което се предлага.
12. Джазът на Деветашко плато е възможност за качествени хора да излязат от пошлостта на подножието и да се отдадат на джаза.
13. В туризма има много бутафории и липса на брандове. Трябва да имаме брандове, като се чуе името, да се знае къде се намира съответният културно-туристически обект.

14. Говорим за автентични неща, с потенциал за надграждане на тази идентичност. Къде е границата между фантазията и кича? Когато сложиш нещо, което не е в средата си, то е кич. Когато детайлите си пасват – става художествено изпълнено изкуство.
15. Формира се нова идентичност в селата от Деветашко плато. Въпросът е дали децата и младите хора споделят тази идентичност? Младите хора в Деветашкото плато не са много, но тази идентичност започва да се налага като начин на мислене. От Сдружението работят усилено за брендирането на марката „Деветашко плато“. Местните хората са съгласни да бъдат част от този брандинг, защото марката на района продава повече, отколкото всяко отделно село или къща. Всъщност, това е сдружение на села. Създаването на толкова къщи за гости създава устойчивост.
16. Това са села превърнати в сувенир на самите себе си, но дали този културен пласт може устойчиво да се възпроизвежда като сувенир/традиция и да възражда общността?
17. В Бела речка няма къщи за гости. Туристите се настаняват в личните домове на хората, които са си ги подредили, оборудвали, вкл. и с тоалетни.

Втори панел: „Бизнесът в подкрепа на културата: култура, туризъм, историческо наследство: Има ли неподходящи места за културен туризъм?“

Първата тема във втория панел на срещата беше озаглавена „Политика, култура, туризъм...“. Тя се фокусира върху проблеми пред общините, бизнеса и културата, свързани с децентрализацията и междурегионално сътрудничество в областта на културата. Тази децентрализация може да се търси в две направления: 1) повишаване на управленската и финансовата самостоятелност на кметствата; и 2) проекти за развитие на културния туризъм на национално ниво.

Какви права имат общините? Това основно е целесъобразното разпределение на общинския бюджет. Самостоятелността им е дотолкова, доколкото да изхарчат едни пари, плюс управление на дейности, свързани с културата, както и разкриване на работни места. Обикновено общините разкриват работни места като правят общински предприятия, които могат да донесат приходи на общините. Собствените приходи са много малко и се получават от фирми, наеми и такси, тротоарно право, фестивали и пр. Общините не са мотивирани да развиват бизнеса, освен като работни места.

Законът пренебрегва децентрализацията. Децентрализация без собствени приходи на територията на общината, които пряко да влизат в бюджета на общината, е немислима.

Не всичко обаче е децентрализация. Трябва да има проекти, които да обединяват различни региони; връзката между регионите е много важна. Например, може да се използва възможността на специалистите от регионалните исторически музеи. Регионалните библиотеки също са основа за регионално сътрудничество. Необходимо е да се предлагат проекти, свързващи няколко региона. Да се погледне и към комшиятския регион, за да се направи нещо общо.

За успешните междурегионални връзки от особено важно значение е развитието на инфраструктурата и бизнеса: пътища, благоустройство, търговска мрежа, културен живот, забавления, обслужване, специалисти и др. В тази връзка, няма неподходящи места за културен туризъм, а има неподходяща инфраструктура.

Извод: Културата е и изкуство, в голяма степен е и бизнес, и в един по-широк смисъл е начин на живот. Без мотивация на бизнеса не може да има развитие на културата.

Следващата презентация разглежда темата *„Регионални културни модели за възпроизводство на общността“* като възможност за регионално развитие и междурегионално сътрудничество. Фокусът беше върху Община Ловеч.

В ситуацията на демографска криза и икономическо изоставане, културата е един неосъзнат приоритет и генератор за местно развитие. Културата обаче среща административни пречки пред своето развитие на общинско ниво, следствие от незаинтересоваността на общината от възможностите, които тя предлага за бизнеса и за гражданите. Тази неосъзнатост можем да търсим в практиките от миналото.

Едва ли един рок фестивал, например, може да бъде генератор на приходи, но е глътка въздух. Необходимо е разграничаване на успешни и неуспешни модели. Успешните са тези, които са превърнати в бизнес начинания и водят до разрастване на града като туризъм.

Културата може да спомага за междурегионалното сътрудничество чрез участие на хора от други български региони и от чужбина, както е примерът с различни регионални културни модели, които водят до нарастващи приходи в Ловеч: Цветница, Занаятчийски събор, Люлякови музикални вечери, Фестивал на класическа и модерна музика и танц (с качествена селекция от топ изпълнители), Балканска рок сцена, Изоставени исторически сгради, Строителни експерименти в средновековната крепост.

Ловеч рок фест, който доведе в Ловеч едни от най-големите легенди в рока, е безплатен, но с голям ефект върху туристическия бранш и други сектори. Траял е 4 години. Спонсориран от Литекс.

Големият културен неизползван потенциал е другаде: история от твърде много етапи и периоди, култура, занаяти, строителство. Ловеч е трябвало да бъде съхранен като културен резерват, потенциалът е разпилян по време на прехода. Допуснато е замърсяване с нова архитектура. Цялото това културно-историческо наследство в Ловеч не е съхранено. Културата не се използва като актив в града, поради липсата на стратегическо мислене и визионери.

Извод: Трябва да се оползотворява неизползваният културен потенциал чрез търсене и създаване на нови културни и туристически атракции и оживяла история. Културата не е разход, тя може да генерира приходи и това трябва да се разбере.

Последната презентация в панела разглежда *„Противоречията в съвременната градска среда“*.

Първото противоречие в градска среда е между *законност и справедливост*. Налице е проблем с реституцията, която е станала или законно или по ръба на закона. Има спомен и идентичност. Проблемът между законност и справедливост, което е структурен проблем, е бомба със закъснител за градската среда. Тук е налице напрежение между еднакво легитимни хипотези.

Второто напрежение е между *собственост срещу градоустройство*. И двете имат своите устои. Това е втори структурен порок. Не можем да убедим собствениците, че запазването на културното наследство често е в конфликт с техните интереси.

Други противоречия са *природа срещу растеж, срещу спомени, срещу сантимент, модернизация срещу сантимент*. На много места има изключително запазена градска среда и природа, но често се прави посегателство върху природата, често в разрез с установени норми и правни положения. Когато това се случи, няма кой да протестира, а малцината, които го правят, ги смятат за луди.

Голям дефицит е културното брендиране на градовете. Все още не се приема ангажираността на определени хора, бореци се за брендиране на градовете, за добиване на идентичност и съответните възможности за действия. Главните архитекти на градовете не са урбанисти, имат бутафорна функция. Обществените обсъждания по-въпросите на градската среда не са регламентирани, или са различно регламентирани на различните места.

Налице са и ценностни противоречия – *индустриално–постиндустриално, модерно-постмодерно*.

Извод: Развитието на културата в общностите е опит за създаване, възстановяване и възпроизводства на идентичности.

Становища, изразени от участниците в последвалата дискусия:

1. С аргументите на закона си губим пространствата, културните ценности и наследството. С други думи, което попада в юридическия статут е значимо, останалото, което не попада в тази нормативна база, не е важно и няма стойност.
2. Много често по места неволно се прави грешка, защото се мисли на гражданско ниво. Проблемите са политически и изходът е политическо спазаряване. Неправителствените хора влизат в клиентелна роля на общините.
3. Културното наследство не е само старина, например Ню Отани в София.
4. Важните за града и общността новини се отбягват, защото не са скандални.
5. Относно бутафорията, трябва да се каже, че веднъж вече държавата е посегнала на културните ценности още преди 1989 г. Царевец не е Царевец, Вароша в Ловеч също. Трябва да се говори за тези неща. Институцията сама си създава митове.
6. Собствеността е грижа и отговорност. Всеки трябва да се грижи за собствеността си, независимо дали става дума за частни лица, или за общини.
7. Проблем е корупцията. Държавата е слаба и не може да вкара в действие разпоредбите за съхраняване на историческото наследство.
8. В Русе правят чудеса по отношение на истината за историята.
9. Трябва да се говори за култура и политики, вкл. и като начин за противопоставяне, а не просто за културна политика. До голяма степен лошо интерпретираните обекти са позволени от оперативни съображения, без сериозна експертиза – недобре свършени или изпълнение проекти, често без икономически и туристически ефект.
10. Гражданското образование е важно, за да се спазват законите. Ние не сме бедни като нация. Хората притежават голяма собственост. Няма голямо разслоение, но хората се чувстват оцетени.
11. След като веднъж е отнета собствеността на хората, на тези, на които им е върната, им е трудно да я поддържат, поради липса на средства. Законът да третира различно такива хора от хора, които сега са си закупили сгради, които са културно наследство и следва да бъдат принудени да ги поддържат.

12. Нужна е политика за съхраняване на културното наследство.
13. Важна е не само фасадата, но и историята.
14. Квартал „Капана“ в Пловдив е добра практика - превърнат е от мъртво градско пространство в жива градска тъкан.

Вечерна сесия: „Културата и общността - кои сме ние? Културата - интегратор и вдъхновител на общността. Нуждае ли се бизнесът от културата като среда за своя успех?“

Първото представяне беше по темата „Големите европроекти, местният бизнес и културата на регионите“ с поглед към някои резултати от спечелената кандидатура на Пловдив за Европейска столица на културата 2019.

Първо бяха изяснени някои аспекти на нематериалното културно наследство, например, как са пиели вино в древността: траките – чисто по време на пир; гърците – разредено, заедно с ядене, пиене и танци (симпозиум).

Какво се случва с Пловдив 2019 след спечелване на титлата? Какво се промени заради титлата в града? Първо, започнала е промяна на основни действащи лица, вкл. и на ръководителя на кампанията, който е напуснал, след като се скарал с държавните отговорни лица.

Второ, кандидатурата за Европейска столица на културата е довела до сътрудничество с другите три града, участвали в състезанието на втория тур - пример за междурегионално сътрудничество, като Министерски съвет е взел решение и другите три града да получат по два милиона за дейности свързани с тяхната кандидатура.

Трето, въпреки проблемите, свързани с взаимодействието с институциите, промяна в положителна посока е налице. В самия Пловдив се случват хубави неща след спечелване на титлата. Като изключително добър пример и практика може да се посочи реновирането на Капана, превърнат в най-хубавото пространство в централна градска част в България в момента. Създадена е възможност за самоиздържане на културните оператори в Капана и се организира Капан фест.

Името на Пловдив започва да се чува не само с проститутки, но и с култура: културно наследство като малката и голямата базилика, градът е на трето място в света за съхранение на антични мозайки.

Ръстът на туризма в Пловдив е 18% при 20% спад в държавата, като следствие от титлата Европейска столица на културата 2019.

Втората презентация, *„Музиката, която обединява“*, проследи пътят на лектора от Джаз музикант в чужбина, впоследствие решил да не свири за други хора и върнал се в Стара Загора, където се занимава както със свирене, така и с музикални проекти като Live Zara Jazz и Jazz Forum Stara Zagora.

Джазът може да се свири навсякъде. Затова проектите надхвърлят рамките на Старозагорската област и са пример за изпълнение на културен продукт и в други български региони, вкл. и джаз изпълнения на Деветашкото плато. Едно от постиженията е съвместен проект, който превръща духов военен оркестър в джаз формация.

Целта е да се свири музика за широк кръг от хора, които не са толкова богати и нямат възможност да бъдат изложени на музикални влияния.

„Бургас – културата и общността“ беше темата на презентацията на изтъкнатия български композитор Стефан Диомов. По думите му, много хора са се заселили в Бургас заради песните на Бургас. Пълнят се много зали и се организират много мероприятия. Културният продукт, който Бургас произвежда привлича хора отвън и допринася за развитието както на града, така и на целия регион. Този продукт се изнася посредством участия и в други региони, като по този начин допринася за междурегионалното сътрудничество, от една страна, и за разпространението на културата като цяло, от друга.

Човек трябва да има харизма като лично качество. Един изпълнител може да има всичко, но ако няма харизма – публиката не го слуша.

Трети панел: „Култура и градоустройство: как се възраждат за живот градовете?“

С темата *“ Следосвобожденската архитектура на България - най-прекият път към Европа и най-устойчивото ни културно наследство. Туристическият потенциал на красивите стари къщи и историята на техните първи обитатели”* стартира вторият ден на междурегионалния форум.

Необходимо е да погледнем избодените очи и зиналите усти на порутените къщи, да се възроди паметта на старите къщи като връзката на България с Европа, да се съхрани споменът за хубавите стари къщи. Архитектурата е най-голямата връзка на България с Европа. От снимките и книгите могат да станат туристически, културни маршрути в градовете.

България има много дадености. Налице е уникален микс между традицията на българската възрожденска архитектура и нахлуването на западноевропейската мода в жилищното строителство, която придава европейски облик на новите български градове. Сградите, поръчани от бързо

създалия се икономически и политически елит в България, играят социална роля със своето битово, възпитателно и образователно въздействие.

Европейският облик на българските градове чрез архитектурните образци е най-силното доказателство за принадлежността ни към Европа и има огромен туристически потенциал. Българските туристи могат да проследят исторически събития по маршрути на подходящо избрани къщи в различните градове – времето по десетилетия, отразено върху реално съществуващите му следи по улиците. Чуждестранните туристи могат да бъдат насочени към особеностите на архитектурните стилове в техните родни страни, присъстващи и в българските къщи/сгради, свързани с определени исторически събития, които да им се разказват и/или показват (беседа и/или видеоматериал). Някои от сградите (къщите) могат да бъдат превърнати в музеи на определени периоди или събития, в които с богат и разнообразен илюстративен материал (сбирка, видео) да се анимира историческата, социалната, битовата или географската забележителност.

Препоръки:

1. Да се закрепят, възстановят и популяризират обекти от огромното ни архитектурно наследство, вместо да се строят имитации на такова;
2. Да се обучат кадри в туризма, които умело да „подплатяват“ беседите си с реални истории, биографични данни и факти за постиженията на значими личности – българи и чужденци – в периода от освобождението до Втората световна война;
3. Знаковите места на важни събития в градския живот (Русенската сватба, разстрелите след 9.9.1944 г., Львов мост в София, пл. „Славейков“ и др. из цялата страна) да бъдат подходящо маркирани и посещавани от групи или индивидуални туристи.

Извод: Налице е човешка динамика – динамика на творчески потенциал. Целта е да се научат чужденци и българи за това как хората, които са живели в тези къщи, са формирали историята на България. Затова са необходими квалифицирани екскурзоводи, които да знаят историите и да ги разказват на туристите. Няма срамни места за историята. Няма и тъжни места. Да се направят маршрути на старите къщи!

Втората презентация разглежда въпроси свързани с темата *„Градската морска култура: Голямото „бяло поле“ в българската културология, историография и музейно дело “*.

Клише, което се налага вече 250 г., е че българите са селски народ. Градската морска култура опровергава това клише, но все още няма музей на градската морска култура, има само отделни експозиции. Това не предполага пълно представяне на цялата етнографска култура в България.

Градската морска култура е формирана в регионите Варна и Бургас и има своя ярка специфика. Исторически това население непрекъснато е контактувало със света, има характерен поминък, манталитет и дори свой местен език и морска терминология. В българския фолклор морето липсва в народните песни, а където присъства – то е черно, страшно, бездънно и пр., което отразява съществуващият страх от морето, оставил трайни следи в народопсихологията.

Селската етнография е преекспонирана в съвременните етнографски и исторически музеи. Те отразяват експозиции с преобладаващ селски бит и поминък. Музей на градската морска култура обаче няма, а националната култура трябва да се допълва и в нейното градско измерение. Градската морска култура е същи слабо изследвана, с твърде малко на брой културологични и историографски изследвания.

Интригуващ е прочитът на темата през статистиката на добре изследваната морска и рибарска терминология/жаргон. Практически 100% от морската топонимия и терминология са с небългарски произход, с голямо влияние на гръцкия език, както и заемки от турски, италиански, малко испански. В етнографските изследвания Черноморието често се заобикаля. Контактите със света на регионите по Черноморското крайбрежие са чести, дори още в турските векове.

Сред историческите и географски предпоставки населението от черноморските градове да бъде различно са: 1) изключителното стратегическо положение на Черноморието, особено на днешния бургаски регион, в течение на близо 2000 г.; 2) контактите със света; 3) специфичните професии и поминък в Черноморския регион – соларство, търговия, винарство, рибарство, вятърно мелничарство, мореплаване и корабостроителство, лозарство, кираджийство; 4) много пъстрият етнорелигиозен произход на населението; 5) разноезичието и многоезичието 6) космополитният дух на морските ни градове; 7) непрекъснатите преселения в черноморските региони; и 8) морският език като една от спецификите на градската морска култура.

Извод: Създаването на музей на градската морска култура ще привлече интереса на неморската част от България със своята специфика и ще способства за привличане на туристи от други региони и за генериране на приходи.

Третата тема в панела беше *„Очертаване на маршрути за преоткриване на културното наследство и публичните пространства в градовете - примери и перспективи“*.

Къде е мястото на историята в градовете и защо тя е значима –отговор на този въпрос дава теорията за развитието на един град, културното наследство. Духът на мястото е свързан със съхранената история и с акта на

съхраняване на историята от обществото. Какъв обаче трябва да е подходът за комплексно разглеждане на тези проблеми? Маршрутите в градовете дават възможност за преоткриване, преживяване и преосмисляне на градските пространства в рамките на един интегриран подход. Развитието на града следва да се разглежда като интегрирана система, а не само от отделни и несвързани проекти.

Градските маршрути обвързват обекти, функции и възможности в обща система. Те включват исторически ценности с места за младежки дейности, съвременна култура, туристически и търговски обекти. Маршрутите следват публичните пространства - улици и площади - за да бъдат израз на най-значимите градски публични пространства с тяхната рамка от обекти и функции. Те могат да имат значителен принос към туристическото развитие на града, като представляват обща туристическа атракция. Също така представляват образователна възможност за опознаване на градската история от страна на местните жители и могат да аргументират политиките по градско развитие и обновяване. Тази комплексност на градските маршрути отразява връзката им с развитието на общностите и възраждането на градовете.

При изготвянето на градските маршрути е необходимо справедливо разпределение на ресурси за пълноценни резултати при изграждане на интегрирани планове на градовете. Един интегриран план съдържа: 1) анализ на историческото развитие на града, обосновава значимите градски пространства; 2) формулиране на конкретно предложение за трасиране на градски маршрут с важни исторически и културни обекти; и 3) определяне на проекти за реализация по маршрута.

Столичния град има изключителни предпоставки за развитие на градските маршрути. Историческият маршрут на София, нейната многопластова история, отразяват нейният дух и създава усещане за миналото и за съпреживяване на исторически събития. В крайна сметка, разказът за София е разказ за цяла България.

Извод: Няма по-силен мотив за изграждане на общностите от историята. Тя отразява стремежа към познание и себепознание.

Дискусията очерта следните по-важни идеи:

1. Връзката с морето, пристанищата, различните хора и пр. формира градската морска култура.
2. Прииждащите хора приемат духа на мястото, макар че хората се променят. Всичко е инспирирано от морето. Морските градове в България винаги са имали космополитен дух.
3. В София има места, които нямат стойност, а са станали феномени, например улиците „Шишман“ и „Ангел Кънчев“.

4. Трябва да търсим България в бъдещето, а то е свързано с междурегионалното проникване.
5. По Черноморието стават значими процеси, наблюдават се процеси на руско презаселване. Не е ли тревожно всичко това за бъдещето? Това е брутално нарушаване на националната сигурност. Руснаците изкупуват имоти близо до натовската база.

Четвърти панел: „Културният живот като основа за междурегионални връзки и проекти“

„Насърчаване гражданското участие във формирането и прилагането на политики за регионално и местно развитие“ беше презентацията, с която започна четвъртият, последен панел.

Основните продукти на едноименния проект са анализ на пречките пред гражданското участие в регионалната и местна политика, препоръки за законодателни и институционални промени, създаване и тестване на механизъм за гражданско участие в ПРМР, тематични обучения, подкрепяща обществена кампания. Целеви групи на проекта са вземащите решения по регионално и местно развитие на централно, регионално, областно и общинско ниво, служителите в публичната администрация и граждански организации.

Форум подходът на проекта се основава на разработената от Швейцарската агенция за развитие и сътрудничество и български експерти методология за водене на структурирана дискусия между широк кръг заинтересовани страни (граждани, организации, институции на държавната и местната власт) в хода на разработването и реализирането на различни политики и програми от взаимен интерес. Целта е да се търси приемливо за заинтересованите страни решение, прието с консенсус. Предложени са 18 стъпки как общините и регионите могат да въвлечат гражданите в управлението.

На тази основа са направени насоките за развитие на туризма в Община Родопи във връзка с избора на Пловдив за Европейска столица на културата 2019, чрез използване на техниката на обществен форум. Следвани са следните стъпки:

1. Институционално осигуряване и координация;
2. Информационно обезпечаване и маркетинг;
3. Определяне на туристически продукти, обекти и атракции;
4. Създаване на културен календар – бит, култура, традиции – отразяване на местната специфика;

5. Използване на предпоставките за екстремни спортове;
6. Изчерпателно описване на всички обекти на територията;
7. Изграждане на достъпност и свързаност;
8. Определяне и изграждане на туристически маршрути и екопътеки;
9. Подобряване на пътната инфраструктура – общинска и държавна, ангажираност;
10. Използване на алтернативни средства за транспорт – велосипеди, алеи;
11. Подобряване облика на населените места;
12. Подобряване облика на сгради, огради, имоти;
13. Организиране на почистване на населените места;
14. Популяризиране идентичността на населените места;
15. Настаняване;
16. Създаване на паркинги за кемпери, къмпинги;
17. Оползотворяване на неизползвани публични сгради за хостели;
18. Подготвяне на къщи за гости.

Извод: Българската ценностна система се гради на краткосрочни интереси. Българската ценност за включване в публичния живот е, че нищо не зависи от нас, а решенията се вземат другаде. В едно общество се променя етиката. Ценностите се променят бавно.

Следващата презентация – *„Уникалните връзки на хумора“* – разгледа възможностите за развитие на местните общности чрез културния пласт на хумора и сатирата.

Хуморът помага в общуването между хората. Габрово търси как да се брандира. Започва се с идеята за хумора. Проследява се хуморът във всеки един аспект на културата и изкуството. Фабриката на братя Калпазанови остава пустееща, а когато почват да мислят къде да бъде Домът на хумора и сатирата се спират върху тази сграда, която преустройват в музей. Пространството е изключително добре оборудвано.

Габрово успява успешно да се брандира като място на хумора и сатирата вътре в България, като успешно привлича туристи от други населени места и региони, но трудно достига до англоезична публика.

Стремежът на ръководството на музея е неговите постижения да бъдат превърнати в регионални инициативи.

Извод: Всяка общност трябва да намери културна ниша и да се опита успешно да я брандира като основа за местно развитие.

С темата „Културата и развитието на регионите“, разказана през погледа на бившия кмет на Каварна и настоящ общински съветник Цонко Цонев – Кметъла за организираниите от него рок събития и отражението им върху развитието на местната общност в града и околността, приключи частта с презентациите на двудневната среща-дискусия.

По време на кметуването на Цонев за десет години инвестициите в Каварна са били 3 милиарда лева. Голяма част от съживяването на града и околността се дължат на успешните рок фестивали със световноизвестни изпълнители на хард рок и метъл музика, които привличат огромен брой хора и водят до цялостно развитие на града в различни сектори. Огромният успех е, че прави от малкото и неизвестно градче в североизточната част на страната място, където се стичат хора не само от други региони на България, но и от други страни.

След отказа на Цонев да се кандидатира отново за кмет на Каварна, новият кмет спира фестивалите, с което се наблюдава частичен упадък и застои в общината – пример за лоша общинска практика и липса на приемственост.

След закриването на рок фестивала, той се мести в друг регион като добра практика – Могилово, където също ще се брандира и вино. Това е пример за междурегионално преливане на добри практики, които да съживяват местната общност.

Извод: В България повече са хората, които могат да рушат, отколкото хората, които могат да градят.

Някои от по-важните идеи, които се открииха по време на дискусията включват:

1. Трудно се реализират музикални проекти с подкрепата на общината във Варна. Общинарите подкрепят само проекти, които те инициират. Цонко Цонев е успял да брандира Каварна като рок столица.
2. Спонсорира ли е общината фестивалите в Каварна? Общината никога не е подкрепяла фестивала финансово.
3. Рок фестивалът в Каварна личен бранд на Цонев ли е? Цонев: Не!
4. Преди 20 години никой не знаеше за Каварна, Цонко Цонев я направи известна!
5. Понякога брандирането може да бъде натрапено и да не се възприеме от общността.

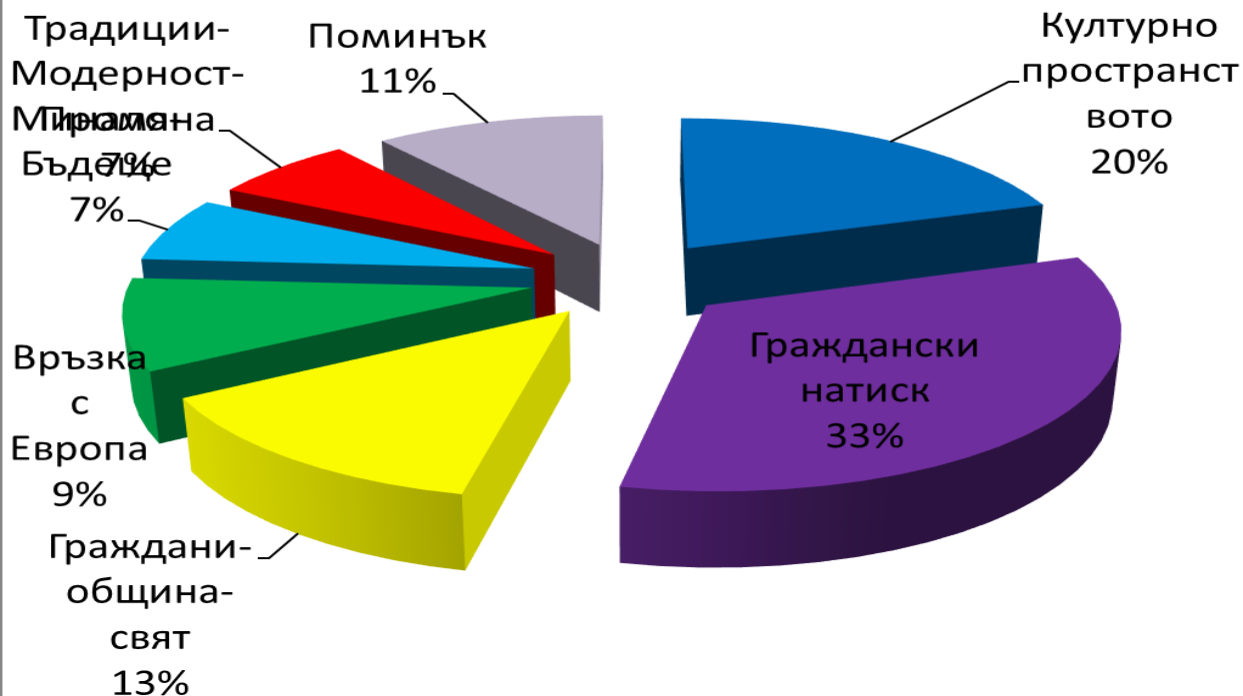
6. Културата не трябва да се свързва единствено с туризма. Има културни прояви, които никога няма да се превърнат в туризъм, но трябва да ги има.
7. Културата е начин на живеене, а не е събитие. Изкуството не е тъждествено с културата.

В края на форума беше представено количествено измерване на засегнатите теми. По същество то е модел за обобщена оценка на изказванията, доколкото съвпадат с целите, заложиени в програмата на форума.

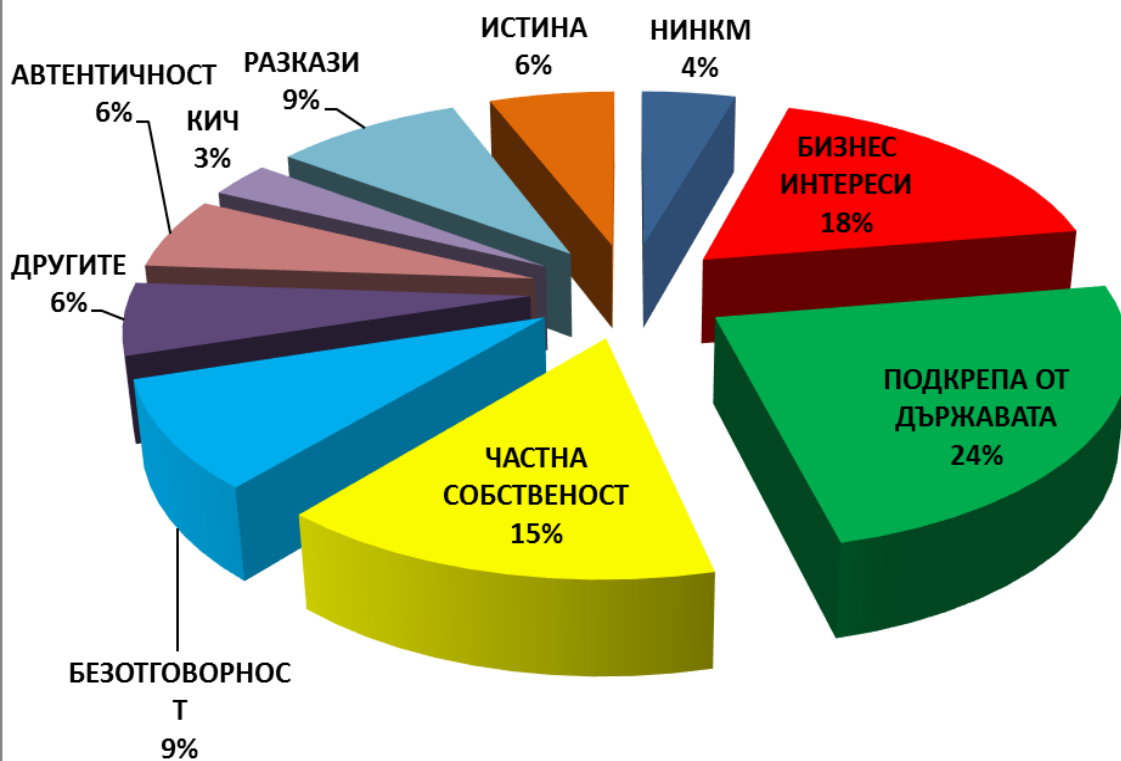
В обобщен вид това измерване може да бъде представено чрез следните графики в процентно изражение:

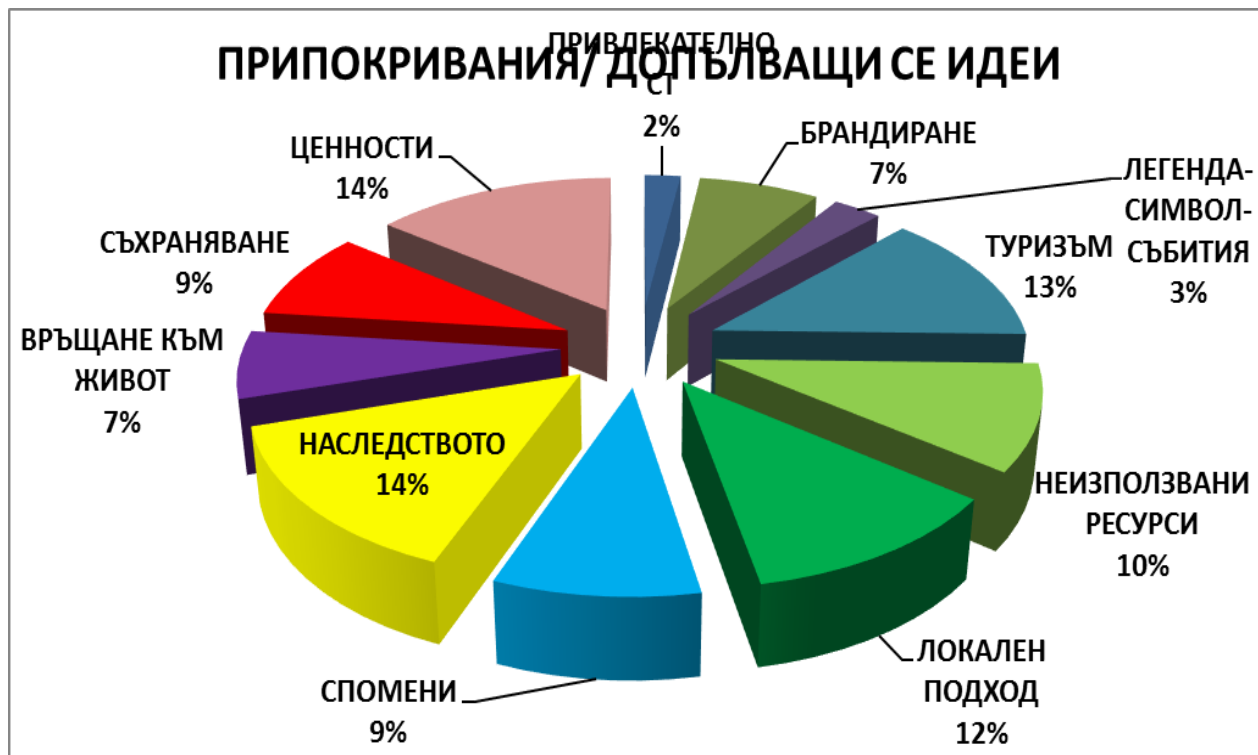


ВРЪЗКИ - МРЕЖА ОТ ИДЕИ И АКТИВНОСТИ - ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА МЕЖДУРЕГИОНАЛНО СЪТРУДНИЧЕСТВО



ПРОТИВОРЕЧИЯ/СБЛЪСЪЦИ





3. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

По време на проведената Третата междурегионална стратегическа среща по проект „Лидерство за регионално развитие“ бяха разгледани различни аспекти на културата като фактор и възможност за регионално развитие и междурегионално сътрудничество.

Третата междурегионална стратегическа среща-дискусия беше последната от поредицата от три междурегионални срещи за оценка и обсъждане на напредъка по развитието на изградените платформи и възможностите за реализиране на стратегически дейности между представители на участващите в проекта региони.

Общият извод от завършилата среща-дискусия е, че културата в нейните различни аспекти предоставя широк кръг от възможности за развитие както на малките общности, така и на цели региони. Тя е и предпоставка за междурегионално сътрудничество чрез 1) изучаване и прилагане на добри практики от други региони, 2) изпълнение на съвместни проекти с участието на два и повече региона и 3) използване на създадените по проекта хоризонтални мрежи.

От презентациите и последвалите ги дискусии могат да се направят няколко по важни извода:

1. Необходим е стремеж и целенасочени действия, за да се създадат базови условия, за да останат младите хора в западащите села, а също и да се върнат млади хора към селата. Местната култура е обединителен елемент от едни такива усилия.
2. Културните проекти, съобразени със спецификата на населеното място, привличат хора отвън към общността и са основа за развитието на туризма, местната икономика и културна среда. От това печели местната общност, но са необходими и целенасочени политики.
3. Изграждането на Историческия парк ще доведе до завръщане на хора, които покрай парка ще могат да имат възможност за работа и развитие, което да доведе до съживяване на общностите и регионите чрез този мащабен културен продукт.
4. Културата е и изкуство, в голяма степен е и бизнес, и в един по-широк смисъл е начин на живот. Без мотивацията на бизнеса не може да има развитие на културата.
5. Трябва да се оползотворява неизползвания потенциал на културата посредством търсене и създаване на нови културни и туристически атракции и оживяла история. Културата не е разход, тя може да генерира приходи и това трябва да се разбере.
6. Развитието на културата в общностите е опит за създаване, възстановяване и възпроизводство на идентичности.
7. Налице е човешка динамика – динамика на творчески потенциал. Няма срамни места за историята. Няма и тъжни места. Затова трябва да се направят маршрути на старите къщи.
8. Създаването на музей на градската морска култура ще привлича интереса на неморската част от хората в България със своята специфика и ще способства за привличане на туристи от други региони и за генериране на приходи.
9. Няма по-силен мотив за изграждане на общностите от историята. Тя отразява стремежа към познание и себепознание.
10. Българската ценностна система се гради на краткосрочни интереси. Българската ценност за включване в публичния живот е, че нищо не зависи от нас, а решенията се вземат другаде. В едно общество се променя етиката. Ценностите се променят бавно.
11. Всяка общност трябва да намери културна ниша и да се опита успешно да я брандира като основа за местно развитие.

С провеждането на третата междурегионална среща-дискусия се затваря цикълът от регионални форуми, обучения и междурегионални срещи по проект „Лидерство за регионално развитие“. Стремежът на проекта е да заобиколи институциите и да постави местните лидери в режим на диалог, на основата на който да дадат някакви перспективи за развитие на регионите. В рамките на изпълнението на проекта се зародиха интересни контакти, които дават плътност на целите на проекта. Проектът до момента успя да

мобилизира хора с качества и способности, да изгради мрежи от съмишленици за развитие на регионите чрез мобилизация на човешкия, младежкия и културния потенциал на местните общности.

В последна фаза на тригодишния проект предстои да бъде организирана заключителна конференция за представяне и обобщаване на постигнатите от проекта резултати.