

СТИМУЛИРАНЕ НА КРЕАТИВНИТЕ
ОБЩЕСТВЕНИ ПОТЕНЦИАЛИ
ЧРЕЗ ОБОСОБЯВАНЕ НА ТВОРЧЕСКИ
КВАРТАЛИ. ВЪЗМОЖНОСТИ
ЗА ВНЕДРЯВАНЕТО ИМ
В ГРАД ВЕЛИКО ТЪРНОВО

Стефан Кинов*

STIMULATION OF CREATIVE PUBLIC
POTENTIALS THROUGH THE IDENTIFICATION
OF CREATIVE DISTRICTS:
POSSIBILITIES FOR IMPLEMENTATION
IN THE CITY OF VELIKO TARNOVO

DOI: 10.54664/NLTP3408

Stefan Kinov

Abstract: The modern person's needs for communication and contact with art suggest the emergence of new ways of presenting culture in an urban environment. The identification of the so-called "creative districts" as a strategy to stimulate creative public potentials interests those who manage cultural policies both globally and nationally. It is indisputable that, thanks to the emergence of creative districts and regions, common interests are shared by artists, businesses, and local authorities. The characteristics of these areas considered in the article suggest specific possibilities for the planning and identification of creative districts in the city of Veliko Tarnovo, as well as the challenges to this.

Keywords: creative districts; creative regions; art management; European cultural policies; regional cultural policies.

* **Стефан Христов Кинов** – докторант в катедра „Стенопис“ на ФИИ на ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“

Потребностите на съвременния човек за общуване и за досег с изкуство предполагат възникването на нови форми за присъствието на културата в градска среда. Обособяването на т.н. „творчески квартали“ като стратегия за стимулиране на креативните обществени потенциали вълнува както глобално, така и национално тези, които управляват културните политики. Безспорен е факта, че благодарение възникването на креативните квартали съвместни интереси започват да споделят хора на изкуството, бизнес среди и местни управленчески органи, поради това планирането и изграждане на креативен квартал често надхвърля ентузиазма на една общност и засяга по-мощни стратегически процеси.

Настоящият текст разглежда някои характеристики на креативните квартали, като дава опорни точки в исторически план за възникването на подобна форма във взаимодействие на култура, бизнес и потребители. Освен това е обърнато внимание на конкретни Европейски изследвания, които стават насока за местните културни общности и регулативни органи, като се акцентира на конкретни възможности за планирането и обособяването на творчески квартали.

Една от съществените причини за появата на творческите квартали е процеса по износ на технологии и производства в Китай през втората половина на 20 век и последвалото освобождаване на индустриални зони, които до скоро са формирали облика и стопанския живот на не един от европейските градове. С новите тенденции тези зони се освобождават от първоначалният си замисъл на индустриални площадки и остават изпразнени от съдържание и създават проблеми за местните публични власти както в естетическо, така и в социално отношение. Търсят се възможности за справяне с огромна инфраструктура и прилежащата им логистична мрежа. Текат различни процеси с цел намиране на решение – в едни се създават цели мозъчни тръстове за да създадат проекти и идеи какво да се прави с тези урбанизирани зони, на други места нехайството на местните публични власти стимулира местни творчески общности да стартират свои инициативи

и дейности по вдъхване на нов живот на тези места. Ключов фактор за стартиране на подобен социално-урбанистичен феномен става прилагането на програма, свързана с разпространението на културни продукти в Баската столица Билбао. Работата на „Съвета по дизайн на Билбао и Базкия“ (Bilbao Bizkaia Design Council-BiDC)¹ е ориентирана към културата и е призната като значим стимул за икономически растеж и развитие на региона. Подобна инициатива подкрепена от държавата и местните институции, основана на публично-частно партньорство става пример за много градове в Европа, които се възползват от подобен подход за развитие на креативния потенциал на урбанистични райони.

Подобна инициатива подкрепена от държавата и местните институции, основана на публично-частно партньорство става пример за много градове в Европа, които се възползват от подобен подход за развитие на креативния потенциал на урбанистични райони.

От научна гледна точка, обосновано изследване на процесите, които стимулират обособяването на креативни квартали започва с трудовете на Ричард Флорида „Възходът на креативната класа“ (Richard Florida „The Rise of the Creative Class“) и Чарлз Ландри „Креативния град: наръчник за градска иновация“ (The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators). В нашето съвремие, темата придобива актуалност и много изследователи работят по нея, като един от приносите към темата в международен план са задълбочените проучванията направени от Марк Ричардс, който посвещава проучванията си на креативните зони (Marques Richards „Creative Districts“).

Ако потърсим формулирано определение на „креативен квартал“ (зона), формираща местна екосистема на база на културни процеси, в най-изчистен вид, определение за него ни дава Ландри: *„Под творческа екология разбираме взаимосвързана система на общността, образователни, развлекателни, артистични, културни и развлекателни, професионални организации, институции и предприятия, които чрез индивидуални и съв-*

¹ <https://www.bm30.eus/en/association/about-us/>

*местни идеи, дейности и програми, съставляват творческата тъкан на един град.*²

В България, внимание на темата обръща доц. Румен Андреев в публикуваното си изследване „Креативната класа и теорията за креативния град“. Резюмирайки своите проучвания Р. Андреев категорично отбелязва, че *„Креативните хора предпочитат активните, нестандартни забавления пред техните пасивни, институционализирани форми. Те предпочитат самородната улична култура – изобилна смес от кафенета, улични музиканти, малки галерии и бистра, където е трудно да поставиш граница между изпълнители и наблюдатели.*“³ С това заключение Доц. Андреев подсказва, освен формата и съдържанието на подобна културна екосистема, но и осветява предпочитанията на съвременният градски жител, който е активен участник в своето ежедневие и притежава потенциал за креативност, за да може да участва в създаването на своята среда не само като наблюдател. Подобни изводи са ориентир за възможностите и потребностите, които удовлетворяват разгледаните урбанистични феномени, като фиксират основните компоненти – същност на креативните квартали и региони.

За да изясним компонентите, които имат отношение за създаването, разбирането и функционирането на креативните квартали и региони, в настоящия текст ще обърнем внимание на следните понятия: Творчески капацитет, Творчески град, Творчески клъстер, Творческа икономика, Творческа екосистема, Творчески индустрии, Творчески хъб, Творчески туризъм, Културни ресурси. В словосъчетанията, които образуват ключовите термини по темата, е неизменно присъствието на думата „творчески“, тъй като тя акцентира върху характерните дейности, процеси и явления, стимулиращи създаване и проява на творчество в общността.

² Charles Landry “The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators”

³ https://www.unwe.bg/uploads/Alternatives/10_Alternativi_br_4_2017_BG.pdf

Когато използваме понятието творчески капацитет, благодарение на него ние разбираме относителната способност на дадена общност или град да генерира идеи, стоки и услуги. Творческият капацитет може да се разбира и като сила на творческите активи и ресурсите на дадена организация, общност или град.

С наименованието творчески град е прието да се назовава концепция, разработена от Чарлз Ландри в началото на 90-те години на 20 век. Подобна концепция е създадена, за да опише нов метод за стратегическо градско планиране, при който културата и творчеството е вградена в начина, по който работят заинтересованите страни в града. Тъй като все повече места са принудени да се справят с предизвикателствата на деиндустриализацията, творческият град е също така място със силна социална и културна инфраструктура и с висока концентрация на творческа заетост, което го прави не по-малко привлекателен за вътрешни инвестиции.

В най-общ смисъл понятието клъстер е чуждица (на английски: cluster – група, струпване), с която се обяснява обединение на няколко еднородни елемента. Благодарение на обединението взаимодействащите си еднородни елементи се превръщат в самостоятелна единица, притежаваща определени свойства. Чрез формулировката на значението на творчески клъстер се има предвид географска концентрация (често с регионален мащаб) на взаимосвързани лица, организации и институции, които се занимават с изкуство, култура и културни индустрии, медии, дизайн, услуги, базирани на знания или други творчески дейности. Обединени от нишката на творчеството, тези форми на колаборация се различават от традиционните индустриални клъстери по това, че обхващат множество икономически сектори.

Ако трябва да обясним стопанската система на един обществен строй ще използваме понятието икономика. В своя тесен смисъл обаче, творческата икономика е концепция, разработена от Джон Хаукинс през 2001 г. (John Howkins „The Creative Economy: How People Make Money from Ideas“), за да опише икономически системи, в които стойността се натрупва чрез дейнос-

ти, основани на въображението и творчеството, а не на традиционните ресурси – земя, труд и капитал.

Чрез понятието творчески индустрии в контекста на разглежданата тема се разбира значение различно от обичайното „производство“. Определението за творческите индустрии е, че това са тези индустрии, които произхождат от индивидуалното творчество, умения и талант и имат потенциал за създаване на работни места чрез генериране и използване на интелектуална собственост.

Чрез друг термин навлязъл от английски в нашия език се установява значението на понятието *творчески хъб*. Терминът „хъб“ (на английски: Hub) принадлежи на електрониката и по-специално на мрежовото оборудване и обозначава вид опростени предавателни устройства. Творческият хъб от своя страна е място, физическо или виртуално, което подкрепя общности на работещи специалисти в творческия, културния и технологичния сектор.

Развлекателната и познавателната цел са в основата на дейностите свързани с развитие на туризма. Понятието творчески туризъм в контекста за развитие на креативните градове и региони е концепция, разработена от Криспин Реймънд и Грег Ричардс. Спрямо която характерно за творческият туризъм е, че предлага на посетителите възможност да развият творческия си потенциал чрез активно участие в курсове, обучение и преживявания, които са характерни за ваканционната дестинация, в която се намират.

Ако източниците за покритие на нуждите и потребностите на населението разглеждаме принципно като ресурси, то т.н. културни ресурси са различните елементи, които допринасят за уникалната култура и творчеството на дадено място. Примери за културни ресурси са: изкуствата и медийните дейности и институции, местното човешко, природно и културно наследство; творчески и културни предприятия; фестивали и събития; младежки дейности и начин на живот; разнообразието на местната общност; университети и изследователски центрове в частния

сектор; местни продукти и умения в областта на занаятите, производството и услугите; природната и архитектурната среда.

Във фокуса на настоящия текст попадат не само значимите компоненти съставлящи творческите квартали, а преди всичко се посвещава на набелязването на факторите, които са в основата за формиране на творческите квартали като социален процес. Именно познаването на тези предпоставки, дава възможност за адаптиране на модел за създаване на творческите градове в разнообразни регионални обстоятелства.

За да се създаде творческа урбанистична зона, освен отчетеното наличие на изброените вече компоненти (творчески капацитет, творчески град, творчески клъстер, творческа икономика, творческа екосистема, творчески индустрии, творчески хъб, творчески туризъм, културни ресурси) от особено значение за възникването и са начините за планиране и развитие.

Основно бихме могли да набележим два способа за формирането на творчески квартали. Единият начин за възникване е по т.н. „естествен“ път. При който творческият квартал се случва като функция от дейността на конкретни творчески групи и местната общност. Показателен пример за малки населени места (градове, квартали и градски зони) със силно изразен архитектурен облик. Такива примери в страната ни са „Капана“ в Пловдив, „Талияна“ във Варна, „Ченгене скеле“ в Бургас и др.

Вторият подход е т.н. „изкуствен“ или „мениджърски“. Възникването на творчески град или регион чрез този подход е резултат на стратегически предприети мерки на проучване, анализ и планиране на процеса по изграждане и управление на подобна урбанистична зона с цел финансово развитие на дадения регион.

В повечето примери това са проекти и инициативи на регионални публични власти (в лицето на общинската или областна управа), които съдействат за привличане на инвеститори, развитие на културни организации и подпомагане на дребният бизнес, като стимулират концентрация на събития и дейности в конкретна зона или архитектурен комплекс.

Дали чрез публично-частно партньорство или чрез търсене на директно финансиране, публичните власти винаги са имали интерес да създадат условия за симбиоза между малкия бизнес, творците и публиките с цел повишаване атрактивността на конкретната територия и превръщането ѝ в туристическа дестинация. За разлика от естествения подход, при който можем да проследим в исторически план развитието на конкретни територии и дори цели градове (пристанища, видни търговски средища, исторически градове), то при изкуственият подход наблюдаваме формиране приоритетно на конкретни квартали или урбанистични зони, реализирани в унисон с целите, визията и естетиката на инвеститора.

При т.н. „мениджърския подход” в създаването на творчески квартали е важно да подчертаем значението на лидерството. Ръководенето на процеси е с ключово значение за повишаване на стойността при местните ресурси. Разграничават се два възможни лидерски подхода за разработване на стратегия за творчески град:

- Административно ръководство – Осъществява се обикновено от високопоставен ръководител на отдел или еквивалентна длъжност от кабинета на кмета. Този човек ще е участвал или ще е наясно с ползите от планирането на творчески стратегии.

- Ръководство от общност – В този случай дейностите, свързани със създаването на творчески град са в ръцете на общността, обикновено ръководена от коалиция от представители на изкуствата, културното наследство и културните и творческите сектори.

В случаите, при които лидерска функция в процеса на създаване на творчески град има административното ръководство, реализирането на идеята ще изисква участие на различни заинтересовани страни както от културната и образователната сфера на общността, така и от бизнеса. Подобно лидерство на високо административно равнище може да доведе до привличане на нови участници от повече обществено-икономически сектори. При организация, пряко подчинена на административното ръко-

водство, обработването на данни от предварителните проучвания и анализ е по-лесно за влиятелни обществено-политически кръгове. Наличието на високопоставени хора в местния съвет означава, че ще има необходимото влияние за договаряне на партньорства на високо равнище. В този аспект подходът за създаване на творчески град с ръководство на общност е по-ограничен, тъй като поради неопитност или некомпетентност в преговорите, общността трудно взаимодейства с ключовите хора в местната администрация и влиятелни политически кръгове.

Разбира се двата подхода „естествен” и „мениджърски” за стимулиране на възникването на творческите квартали/зони си имат своите преимущества и недостатъци. Докато при естествено формираните творчески зони, наблюдаваме процеси на поетапно въвличане на местния бизнес, творчески общности, граждани и гости на града, то при изкуствено създадените зони се забелязва цялостно, интензивно, целенасочено и дори агресивно взаимодействие с представителите на всички прослойки от местната общност, която често в последствие остава извън всички процеси по планиране и реализация на конкретни проекти, фестивали.

Абдикирането на местната общност от предприетите в рамките на креативните квартали инициативи води до появата на джентрификацията (*gentrification*)⁴, което е пагубно следствие на процесите, разглеждани в контекста на мениджърския подход при създаване на творчески региони и квартали.

Удачен пример за вид държавна политика, чиято цел е да стимулира формирането на творчески региони, е инициативата на Европейската комисия, свързана със стимулиране на кандидатури, номиниране и избор на определени градове за т.н. „Културна столица на Европа“ (European Capital of Culture). Концепцията на подобна инициатива от страна на Европейския съюз притежава безспорно стратегически аспекти, тъй като това е програма, която дава огромни възможности от „ребрандиране” (видоизме-

⁴ Джентрификация е процесът на промяна на характера на квартала чрез притока на по-заможни жители и фирми. Това е често срещана и противоречива тема в градската политика и планиране.

няне на облика – емоционален, икономически и обществен) на конкретно населено място, превръщайки го в атрактивна туристическа дестинация. Успешен пример от България при изборът на град Пловдив за „Културна столица на Европа“ през 2019 година. Инициативите, свързани с изграждането и реализирането на облика на Пловдив в европейска културна столица е обособяването и развитието на квартал „Капана“ като творчески квартал.

В България, дискусията по подобни политики започва сравнително рано в новата история на страната ни след т.н. „процес на преход“, по време на който се реструктурира икономическия, социалния и политически живот между пазарна икономика и условия на социалистически режим.

Поставянето на въпроси за създаване на условия за симбиоза на мести общности, култура и бизнес в България започва с проучването и анализа на Европейската комисия относно Културните политики в страната ни, съставен от Чарлз Ландри през 1996 г. В доклада се отделя сериозно внимание на мащабната културна инфраструктура на страната ни, наследена, съхранена и от части създадена от комунистическите времена. В доклада на Ландри ясно се фиксира състоянието на културата в България, както и възможностите за развитието на адекватна културна политика в страната ни. До голяма степен се дава експертно мнение и насоки за това, как може да бъде трансформиран и адаптиран културния потенциал на страната ни, както към новите пазарни условия, така и към актуалните потребности на публиките. В изложените факти и стратегии от доклада, особено внимание се обръща на формите на финансиране на културните процеси и преминаването им от изцяло субсидирана култура, към смесени форми на финансиране, чрез въвличане на бизнеса и създаване на продуцентски проекти и продукти. Още през 1996 г. се обръща специално внимание на архитектурните комплекси с потенциал за развитие, планирането на урбанистични зони и архитектурен дизайн. В някои от цитираните абзаци ясно се забелязват както заключенията, така и препоръките от страна на компетент-

ните европейски анализатори като Ландри. По негова препоръка целта на бъдещите политики трябва конкретно да бъде насочена към развиване на стратегии за разширяване на „силно стеснения обхват“ на културния пазар в страната ни. Освен това, също приоритет на държавните и месни политики да стане установяване на възможности за взаимодействие между комерсиалната и субсидирана култура.

„Ние отбелязахме в дискусиите си с представителите на министерството, както и с други хора, имащи отношение към културната политика, че тяхната дефиниция за културната сфера и културния пазар е със силно стеснен обхват. Първо, тази дефиниция включва само субсидираната култура, без да се има предвид и комерсиалната. Второ, тя изключва масовата култура - често към нея се отнасят като към „имитация на култура“. И трето, много сфери, като например дизайна на градското пространство (включващ архитектура, уличен дизайн и т. н.) или индустриалния дизайн, не се включват в това определение.“⁵

Нееднозначна е насоката на Ландри за преосмисляне на градското пространство като възможност за промяна на качеството на живот. Достъпността на изкуството и културата, както и непосредственото им присъствие в средата на общността са указатели за развиване на културните политики:

„Културата е също така и качество на живота. Това може да бъде забелязано в чист вид в градското пространство - уличният дизайн, произведенията на изкуството на обществени места, архитектурата, дизайнът на интериорите на обществените сгради и места като кафенета и др., индустриалният дизайн като цяло и т. н. Една от причините за това игнориране може би отново е фактът, че тези неща се създават в комерсиалната сфера. Но ние се срещаме с живата култура в ежедне-

⁵ Чарлз Ландри „Културната политика в България-Доклад на европейски експертен екип“

*ната си среда, а не само на специализирани места като музеи и галерии.*⁶

Факт е, че проучванията на препоръките в конкретния доклад води до изясняване, както на видове политики, стимулиращи възникването на креативните квартали, но и стратегическите насоки основаващи се върху анализ на актуалното състояние на културния ресурс на страната ни.

На база на изказаното до тук е редно да се фокусираме върху пример, който е възможност за хипотетично развиване на креативна зона в град Велико Търново. Идеята за подобна инициатива е съобразена с актуалните тенденции във формите за културни политики, където участват интересите на местна управа, граждани и гости на туристическият град, както и хора на изкуството. Проучванията показват, че освен наличието на основните компоненти (културен и исторически ресурс) за създаване на креативен квартал към процеса по реализирането му принадлежат следните етапи (Трябва да се отбележи, че дори самият процес по осъществяване на конкретните етапи е сам по себе си предпоставка за стимулиране на креативните творчески потенциали в местната общност):

1. Разработване на стратегия - На база на анализирания културно-исторически и обществен ресурс се изготвя идея за креативна зона с характерна идентичност;
2. Избор на конкретна урбанистична зона;
3. Създаване на управленски екип;
4. Представяне и промотиране на проекта с цел въвличане на гражданското общество;
5. Промотиране на силните страни на проекта с цел привличане на инвеститори;
6. Картографиране на културната екосистема в областта с цел ангажиране в бъдещите творчески процеси;
7. Създаване на креативен клъстер с цел оптимално взаимодействие между култура, бизнес, туризъм и граждани;

⁶ Чарлз Ландри „Културната политика в България-Доклад на европейски експертен екип“

8. Включване в международни мрежи от креативни квартали и градове с цел обмена на опит и добри практики, в едно с изграждането на капацитета на местните структури и участници;

Като съществена част от настоящия текст ще обърнем внимание на разбирането на потенциалите на град Велико Търново в контекста на културно-исторически и творчески ресурси за създаване на креативни зони/квартали, както и на някой предизвикателства към осъществяването на подобни проекти. Поради характерните особености на града и неговите културно-исторически дадености, стратегии за формирането му като културно-исторически-креативен център през годините не липсват. Съпоставянето на визията на политическите лидери за развитието на града от 60-те години до наши дни, с опитите на съвременната местна власт за структуриране на културни политики, засягащи конкретни, характерни за града урбанистични зони, дава информация за това, как адекватността на идеите от страна на лидерският авторитет в лицето на местната власт, често остават изолирани от реалната потребност на обществените креативни потенциали на общността и на бизнеса.

За съдбата на територията на „Старо Военно училище“ и прилежащия отсек на крайбрежието на река Янтра, в рамките на т.нар. „старата градска част“ на Велико Търново, се дискутира в продължение на изминалите няколко десетилетия. В подхода на административното ръководство на града се разграничават мотивите и идеологиите, но преди всичко способността за създаване на устойчива културна инфраструктура.

Всичко започва през 1966 г. с решение на Комитета за развитие на гр. Велико Търново за превръщането на града в атрактивна туристическа дестинация, а река Янтра в туристическа атракция. Ако трябва да бъдем напълно изчерпателни в исторически план, първите инициативи в тази насока водят началото си през 1923 г. с учредяването на „Български народен морски сговор“, организация, която има за цел да превърне река Янтра в плавателна. Години по-късно партийните лидери, впечатлени от примери на ГДР (Германска Демократична Република), стартират инициатива по планиране на подобни дейности в Старопрес-

толния град, с идеята да бъде подпомогнато по атрактивен начин развитието на туризма.

След промените през 1989 г. проектите са забравени и липсата както на финансиране, така и на ясна визия и знание, как може да се обезпечи подобна мащабна инфраструктура, предопределя участва на градоустройствените идеи.

„Размразяване“ на идеята за развитие на нова урбанистична зона на територията на „Старо военно училище“, в едно с крайбрежната градска зона на река Янтра, започва с проекта „Управление на публичната инфраструктура на гр. Велико Търново“, реализиран по време на управлението на д-р Румен Рашев и договора за сътрудничество с Американската община Голдън (Колорадо). Стойността на предвидения проект е 52 200 000 лева, като бюджетът му е определен за съвместни инициативи и проекти между двете общини.

Въпреки развоя на събитията неоспорим факт остава потенциала на конкретната зона за формиране на творчески квартал в Старопрестолния град. За съжаление един от основните проблеми в съвременното на град Велико Търново е огромната културна инфраструктура, разхвърляна из целия град, без никаква идея за културна логистика и съвременен културен мениджмънт, нужен в наши дни за управление на културните процеси. Ако се върнем към доклада на Чарлз Ландри от 1996 година, ще забележим, че конкретните препоръки отправени от европейските анализатори към отговорните звена, са напълно адекватни за състоянието на нещата и в Старата столица, а именно: *„Хората, отговарящи за културната политика, включително и тези в министерството, отделят малко внимание и нямат обстоен поглед върху естетиката на градската среда.“*

На територията на Старопрестолния град голяма част от организациите, представляващи културната сфера са читалищни или бюджетни структури, със субсидирана поръчкова дейност. Град Велико Търново също участва в инициативата „Културна столица на Европа“ с кандидатура за 2019 година, но липсата на капацитет препънаха местната общност по пътя към успеха.

Според Лия Чиларди (Lia Chilardi „The Mapping and Strategy Building Handbook for Creative Towns and Regions“) за формирането на креативен квартал в конкретна урбанистична зона е редно да се обърне особено внимание преди всичко на следните от горепосочените етапи:

- Разработване на стратегия за развитие на креативната зона, на база обстойно проучване на креативни, финансови и обществени ресурси за възникването ѝ.

- Създаване на управленски екип (от образователни, културни, стопански и публични власти в града);

- Привличане на инвеститори;

- Обстойно картографиране на културната екосистема в областта, за да се синхронизира симбиозата и взаимно обусловените процеси между култура, бизнес, туризъм и граждани.

Територията на „Старото военно училище“, терен през годините с различни идейни предложения, но нито едно от тях не успява да обхване и обедини идентичността на града с потребността за изява на обществения, местен, креативен потенциал;

За реализацията на подобен мащабен проект е необходим интердисциплинарен екип от експерти в различни сфери, който адекватно ще се съобразява и използва в работата си тенденции-те на съвременния културен пазар, стратегиите за културна политика и управлението на регионалния креативен ресурс;

Постигането синергия между бизнес среди, културни общности и общинска управа ще създаде среда на взаимодействие между представителите на местния бизнес с идеите за развитие на творческа зона, като се договорят общите интереси в подобна урбанистична част за да се синхронизира симбиозата и взаимно обусловените процеси между култура, бизнес, туризъм и граждани.

Разглеждането на идеите за реализиране на градски проекти в конкретните терени често е възможност, чрез която може да бъде демонстрирано, по какъв начин факторите, от които зависи възникването на творчески квартал биха били приложени

на практика. Освен всичко анализът при съставянето на подобни модели обезпечава с принципна информация поле, в което динамично влияят както обществени интереси, политически възгледи, финансови стратегии, но и преди всичко човешки потребности, свързани с общуването и досега с креативност, творчество и изкуство.

БИБЛИОГРАФИЯ / REFERENCES

- <https://visitkapana.bg>
<https://www.eufunds.bg/bg/node/9702>
<https://gabrovo.bg/bg/news-article/11426>
<https://www.kultura.bg/article/179-kvartal-za-vsichki>
<https://plovdiv2019.eu/bg/platform/transforms/130-градски-мечти/418-капана-квартал-на-творческите-индустрии>
Lia Chilardi „The Mapping and Strategy Building Handbook for Creative Towns and Regions“
<https://plovdiv2019.eu/bg>
Charles Landry “The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators”
https://www.unwe.bg/uploads/Alternatives/10_Alternativi_br_4_2017_BG.pdf
Richard Florida „The Rise of the Creative Class“
Marques Richards „Creative Districts“
Доц. Румен Андреев „Креативната класа и теорията за креативния град“
John Howkins „The Creative Economy: How People Make Money from Ideas“;
https://www.academia.edu/34515676/The_challenge_of_creative_tourism;
Чарлз Ландри „Културната политика в България-Доклад на европейски експертен екип“.