



ЮГОЗАПАДЕН УНИВЕРСИТЕТ „НЕОФИТ РИЛСКИ”
Факултет по изкуствата
Катедра „Културология“

**СОЦИАЛНОТО ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО
В СФЕРАТА НА ИЗКУСТВАТА**

АВТОРЕФЕРАТ

Дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен
„Доктор”
Професионално направление: 3.1. Социология, антропология и науки за
културата
Докторска програма: Теория и история на културата.

Докторант:

Александър Цветанов Калинов

Научен ръководител:

Доц. д-р Татяна Шопова

БЛАГОЕВГРАД
2021

1. Актуалност и значимост на темата

Последните почти осемдесет години в световната история са наситени с множество промени в социален, политически, икономически и академичен план. Идеята за правата и свободите на човека заема централно място в обществения дневен ред. Приема се „Всеобща декларация за правата на човека“ като общ критерий за хората от всички нации (UN, 2020). Концепцията за значението на човешкия живот започва да се променя, като това не важи само за съществуването му, но също така и за стандарта му. Развиват се множество различни идеи, концепции и инициативи в помощ на тези, които имат по-малко от останалите. Термини като социално предприемачество, социална икономика, социално предприятие и множество разновидности и производни все повече започват да се използват в научните среди и академичната литература. В последните над двадесет години се появяват множество дефиниции, теории и изследвания за това какво точно включват социалната и солидарната икономика. В зависимост от кое поле произлиза опитът или знанията на изследователя, секторът се обвързва с различни идеи за произхода и бъдещото развитие на идеята. От естествено продължение на социалните дейности до отговор на липсващите звена в държавната политика. Развиват се теории по отношение на социално насочените търговски предприятия (виж Dees & Anderson, 2003 и Emerson & Twersky, 1996), корпоративното социално предприемачество (виж Austin et al. 2004), хибридни форми, които комбинират в себе си социален и търговски подход (виж Dees, 1998), както прилагането на експертиза и знания от бизнеса към развитието на търговски дейности на организации опериращи в неправителствения сектор (виж Reis, 1999 и Thompson, 2002). Феноменът на социалното предприемачество паралелно се развива, както в научната литература, така и в световната икономика. Към днешна дата секторът вече отговаря за голям процент от глобалния пазар. Социалното предприемачество дава отражение в развитието на всяка държава. То променя както местния пазар, така и социалното възприятие и ниво.

Подобни промени настъпват и в сектора на изкуствата. Започват да се търсят начини за терапия и обучение през призмата на творчеството. Културата и в частност изкуствата започват да се разглеждат като способности за развитието на различни региони.

Създават се целенасочени политики за стимулирането им и разгръщането им в полза на обществото. Развива се културният туризъм. Изкуството, като средство за социална критика и вид архивистика на времето, се превръща в икономически и социален инструмент за подобряване на общественото благосъстояние.

Двете полета, това на изкуствата като част от креативните индустрии и това на социалното предприемачество, започват все повече да се преплитат и да изграждат един нов вид икономическа инфраструктура. Така към днешна дата могат да се наблюдават множество политики, фондове, както и социални инициативи, които в себе си обединяват социалните дейности и сферата на изкуствата. Създава се един нов вид творческа икономика, която е междинно звено между частния, държавния и неправителствения сектор. Спектърът на работещите в сферата е изключително широк. От хора, които са завършили висши учебни заведения с профил в областта на изкуствата до такива, които нямат професионално образование свързано с творчеството, но намират способности и начини да разрешават социални проблеми, използвайки подходи от направлението. Въпреки това, научната литература в България все още има пропуски по отношение на тази нова икономика. Хибридноста между социалното предприемачество и човешкото творчество остава все още недостатъчно изследвана. Доказателство за това е липсата на значими публикации, които да изследват темата в нейната цялост. Тази относително нова материя създава предпоставки за по-задълбочени проучвания на възможностите за развитие на човешкия живот, тръгвайки от идеята за личния принос и желанието за социално развитие, като в процеса има възможност да се запази индивидуалността и културната специфика на мястото и хората, които започнат да го развиват. Във все повече глобализираният се свят, можем да вярваме, че това тепърва ще се превръща в по-важна тема и настоящото изследване ще е едно от много, които ще бъдат проведени в следващите години.

2. Тема на изследването

Акцентът на дисертацията е творческата икономика, базирана на социалното предприемачество на територията на Република България. Или иначе казано, развитието на предприятия, които целят социално и икономическо подобрене, базирайки дейността си върху културни и/или творчески дейности, инициативи и/или продукти. Разглеждаме и до каква степен тези инициативи са успешни в условията на националния пазар.

В България състоянието на отношенията между социалното предприемачество и изкуствата е все още с не съвсем изяснен характер. Липсват публикации и изследвания за състоянието на пазара в страната и цялостен поглед върху феномена. Липсата на систематизация може да бъде най-ясно подчертана чрез невъзможността да се намери книга, която да обхване темата в нейната цялост. Съществуват отделни статии, които се занимават с предварително изследване на контекста и определението на социалното предприемачество (виж Стефанова, 2014) за определени аспекти на развитието на социалното предприемачество като основни понятия (Терзиев и Арабска, 2017; Русанова, 2011), теории и практики (Терзиев и колектив, 2020а), финансиране, програми и мерки (Терзиев и колектив, 2020b). Въпреки това липсва цялостно изследване за сектора на социалното предприемачество, включващо както теоретична основа, анализ на концепции и възможности за приложение в българската среда, така и примери от практиката за защита на хипотезите. Също така не могат да се намерят трудове, които да изследват връзката между секторите на социалното предприемачество и на творческите индустрии. Това представя сериозен аргумент за нуждата от подобна разработка, каквато е настоящата дисертацията. Въпреки това изследването разглежда само основни проблеми пред социалното предприемачество в сектора на изкуствата в България. Но добре систематизираният подход дава предпоставка за потенциално по-широко приложение на достигнатите резултати. Тази сфера в България тепърва ще се развива в академично и професионално направление и дисертацията цели да спомогне поставянето на страната като равностоен участник в международния диалог на пазара на креативната и социална икономика.

3. Цел на научното изследване

В основата си изследването цели да изведе успешни механизми и да обърне внимание на обстоятелствата, които затрудняват развитието на социално предприятие в сектора на изкуствата за пазара в България, взимайки под внимание предпоставките за определени фактори да бъдат в помощ или в ущърб на начинание в сектора, като те могат да бъдат социални, икономически и/или политически.

Освен да обособи собствена теоретична рамка, изследването си поставя за **цел** да предложи конкретни принципи, които могат да бъдат прилагани в бъдещи емпирични изследвания на темата. Затова е нужно да отбележим, че съществува една двойственост. Тя се дължи на разглеждането на потенциалните приложения, обвързани с частично типологизиране на различни техники и инструменти, които биват използвани.

В основата си изследването си поставя за **цел** да установи, частично или изцяло, ефективността на механизмите, които ще бъдат изведени в конкретен контекст – този на българската среда.

4. Задачи на научното изследване

Задачите на дисертацията могат да бъдат очертани по следния начин:

- Редefиниране на понятието „социално предприемачество“ спрямо последните тенденции в научната литература и практическите му проявления;
- Сравнение на теоретичната литература и методи на изследване между областите на „социалното предприемачество“ и тази на „творческите индустрии“;
- Очертаване на матрица за изследване на социалното предприемачество в изкуствата в България;
- Сравнение на научната и академична теория с мнението на действащи професионалисти от сектора чрез провеждането на дълбочинни интервюта;

- Задълбочено изследване на 8 казуса от съвременната практика, които да позволят извеждането на детайлни и валидни модели за оценка;

- Очертаване на проблемите, които съществуват за развитието на сектора на територията на Република България.

5. Обект, предмет и основна хипотеза на изследването

Обект на изследването е социалното предприемачество в сферата на изкуствата. Феномен, който все повече засилва своето присъствие в контекста на съвременната световна икономика.

Предмет на изследването е състоянието на сектора в България и конкретните му проявления през последните пет години. Дисертационният труд представя състоянието на социалното предприемачество в сектора на изкуствата на територията на страната и предлага модел на възможностите за неговото развитие.

Основната хипотеза в настоящия труд е, че секторът в България все още не е достигнал до пълния си потенциал и приложенията му са ограничени. Периодът на изследваните казуси е ограничен до появили се или работещи в последните пет години. Тази времева рамка позволява изследване на най-новите случаи, което е полезно поради два фактора. Първо, създава ясна представа за настоящото положение в страната за един феномен, който търпи постоянни промени в последните десетилетия. Второ, разрешава евентуалното практическо приложение на резултатите.

6. Методология на изследването

Прецизните научни изследвания в каквато и да било област изискват подробно описан и добре разработен **методологически подход**. Така ще се гарантира валидността на получените резултати и бъдат възможни повторение, верификация и евентуални

съпоставки на достигнатите резултати в други пространствено-времеви контексти. Значителна част от увода е посветена на прецизното рамкиране на методологическия план. Това е направено с цел да се очертаят някои нюанси в събирането и анализа на информация, а също така и с цел да се разкрие процесът, чрез който са изведени заключенията. По този начин трудът подлежи на критичен прочит и анализ не само по отношение на направените изводи, но и спрямо модела, чрез който те са достигнати.

Дисертацията е разработена в контекста на постмодернистичния научен подход в социалните науки. Избягвайки да търси абсолютно обединяващи теории и закони за съществуването и работата на феномена на социалното предприемачество, а по-скоро приемайки, че реалността е социална конструкция (за повече информация виж Liu and Liu, 1997). Съществуват автори, които критикуват подобен подход. Не се отрича идеята, че „реалността е обект на непрестанна промяна, който може да бъде очертаван единствено чрез интерпретациите на хората“ (Rubin & Rubin 2012: 14). Въпреки това настоящето изследване се разграничава от крайните разбирания за относителност на реалността. Дисертацията не разглежда всички интерпретации, свързани със състоянието на феномена на социалното предприемачество и по-конкретно, сектора на изкуствата. Насоката на труда е да изведе на преден план единно обективно мнение за проблемите, предизвикателствата и настоящето на въпросния феномен в България. Предложеното решение в работата е употребата на основно качествен анализ, като за база се използват предварително заложиени сравними и ясно дефинирани критерии. Подходът е гъвкав по време на провеждането и адаптиран в съответствие с нуждите на изследването. Този гъвкав подход е подкрепян от водещи представители на академичната общност и се е утвърдил като ефикасен метод за достигане до по-голяма дълбочина и точност на събраните данни (за повече информация виж Rubin & Rubin, 2012; Brinkmann, 2013; Tollefson et al., 2014). Търси се напълно практическата приложимост на постигнатите резултати. Въпреки че в отделни части на изследването се използват количествени показатели, за основната част се използват качествени данни. Поради спецификите на изследвания феномен количественият подход би ограничил ползата от настоящия труд. „Въпреки широката популярност на термина социално предприемачество, все още съществуват неясноти относно неговата същност, характеристики и обхват. Това често води до объркване и голямо многообразие от дейности, заслужено или не, биват

определяни като социално предприемачество“ (Керезиев 2016: 2). Освен че самото понятие продължава да е неясно дефинирано от международната академична общност (Barendsen & Gardner, 2004), липса на конкретна дефиниция има и при професионалистите и практиците, които работят в тази сфера (Керезиев, 2016). Липсата на единност по отношение на границите не позволява извеждането на общовалидни заключения на базата на количествена информация. Въпреки това вторични количествени данни са включени в изследването, където това е необходимо. Количественото представяне на качествени данни също е използвано на места. Това се прави, за да може да се улесни процеса на анализ и синтез на получената информация.

Използваните научни методи включват, но не са ограничени до:

- Теоретичен анализ, който е използван при съставянето на основните дефиниции, теоретични рамки и е отправна точка за следващите етапи на изследването.

- Документен метод, който е използван за извличане на данни за състоянието на феномена на територията на Република България, а също и политическите и икономически отношения към момента на провеждане на изследването.

- Дълбочинни експертни интервюта, които са използвани за събиране на данни за практическия, както и теоретичния аспект на феномена на територията на страната.

- Сравнителен анализ на примери/казуси от практиката, които са използвани като отправна точка за съпоставка на състоянието на сектора в България спрямо световното му развитие.

- Grounded theory.

Основата на концепцията за grounded theory е развита от Барни Глейсър и Анселм Щраус (1967) в края на 60-те години на XX век. Отправна точка на подхода е идеята, че определена теория може да се изгради на базата на систематично сравнение на емпирични данни. Изследователят трябва да сведе до абсолютния минимум всички предварителни хипотези и концепции. Стратегията поставя основния акцент върху теорията като процес. Едно от съществените предимства на подхода е това, че наместо да се събират концепции и спекулации, които често са базирани само на собствен опит и лична перспектива,

данните, които изграждат цялостната концепция, произлизат от реалността и по този начин я дефинират по-добре (Strauss & Corbin, 1998). Така съществува едно преимущество пред останалите количествени подходи, защото позволява гъвкавост при изграждането на теорията, а при правилно провеждане на изследването и изпълнение - предоставя по-правдоподобни резултати от проекта. Дисертацията използва оригиналната grounded theory, която е по-гъвкава от по-късните разработки в това направление, като това на Щраус и Корбин (1998).

Дисертацията си поставя една сложна задача, която изисква многопластово изследване на конкретни примери от областта. За да може да бъдат успешно осъществени целите, в изследването са използвани много и различни като вид и приложимост изследователски методи. Така, създавайки възможност резултатите от него да бъдат доказани или отхвърлени от други учени. Прецизната методология улеснява и провеждането на изследването, което, от своя страна, повишава качеството на самия труд.

7. Ограничения на изследването

Идеята на изследването е да има максимален обхват в полето, но въпреки това трябва да бъдат отбелязани определени критерии, които създават необходимата рамка на проекта. Първото ограничение е времевият прозорец. Работата изследва казуси с до пет години назад. Полевите изследвания са проведени през периода март–април 2020 година и разглеждат организации, които имат поне двегодишна история в сектора. Този критерий е съществен за дисертацията, защото определя основния контекст на работата. Подобно проучване, със същите критерии и методология, направено за по-ранен или по-късен период, има голяма вероятност да предостави значително по-различни резултати.

Настоящото изследване цели да създаде ясна представа за състоянието на сектора към конкретния момент, като дефинира и изведе на преден план определени предизвикателства пред развитието му. По този начин да спомогне за диалога относно модерните практики в сектора. Вторият критерий е социокултурният. Контекстът, в който се провежда изследването, е изцяло насочен към западния свят и неговите парадигми за

разбиране и изследване на полето. Географски проектът разглежда средата в България. Използваната теория, академичната литература и трактовки са основно англоезични. Това означава, че приложеният модел не бива да бъде възприеман за общовалиден за цял свят.

Последният критерий е теоретичният. Работата има интердисциплинарен характер, това е наложено поради сложността на феномена, който включва в себе си полетата на културологията, социологията, политологията, изкуствата, икономиката и психологията. Определени части на сектора са само отбелязани в изследването.

8. Структура на дисертационния труд

Дисертационният труд е с общ обем от 369 печатни страници (195 печатни страници без библиография и приложения) или 441 страници (247 печатни страници без библиография и приложения) по БДС (1,800 знака/страница). Библиографията съдържа 225 цитирани източника, от които 62 на български език и 163 англоезични. За целите на изследването са проведени 8 дълбочинни експертни интервюта със специалисти от областта на креативните индустрии, които могат да бъдат припознати и като социални предприемачи. Разработката се състои от увод, четири глави, заключение, библиография и три приложения.

В **увода** са представени актуалността на проблема и темата на изследването. Заедно с целта, задачите, обекта, предмета и основна хипотеза на работата. Обърнато е специално внимание на методологията, която ще бъде приложена по време на изследването. Както са отбелязани и ограниченията на настоящата разработка.

В **първа глава** се разглежда „социалното предприемачество“ като термин, с неговото развитие през годините, като за цел има да се дефинират с точност теоретичните граници на термините „социално предприятие“ и „социално предприемачество“. Направен е исторически анализ на основни академични публикации по темата, като те са отделени в две части – социалното предприемачество през 80-те и 90-те години, и същото през новия век. Представя се и анализ на няколко важни концепции от научната

литература. Започвайки от работата на Уилиам Драйтън и „Ашока“ от 1980 година до ден днешен, която остава значителен принос към глобалното разбиране по отношение на социалното предприемачество. Тя обвързва социалното предприемачество с иновациите, както и ролята на социалния предприемач като „модел на поведение“. Значителна част от проучванията по отношение на социалното предприемачество в новия век ще бъдат насочени към мотивацията, която стои зад човека, избрал да се занимава с тази конкретна сфера на дейност и неговата психология.

Разгледана е една от първите дефиниции, които привличат общественото внимание. Тя се появява през 1996 година в книга, писана от професионалисти работещи в социалния сектор, и бива редактирана от Джем Емерсон и Фей Тверски. Докато пишат своя труд, двамата редактори също работят в сферата, което води до предлагане на една много обща рамка за теоретично дефиниране на идеята за социален предприемач. За това допринася и началната идея, която стои зад книгата, а по-точно това, че авторите избират да не отделят социалния предприемач от социалната сфера, като за тях той е мениджър с опит в областта под една или друга форма, който се опитва да създаде бизнес със социална насоченост. Обръща се внимание и на работата на Чарлз Ледбийтър „Възходът на социалният предприемач“ (1997), която започва популяризацията на идеята за социалното предприемачество в Европа и останалата част от света.

Направен е теоретичен сравнителен анализ на публикациите, в които въпреки някои разлики във вижданията по отношение на произхода и възможностите за развитие, се очертава основната идея, която тръгва още от 80-те години и работата на Уилиам Драйтън и Ашока, през разбиранията на Емерсон и Тверски до работата на Ледбийтър. Въпреки географските територии, в които работят авторите, има голямо сходство в нуждата от развитие на сектора. С прехода в новия век социалното предприемачество започва да взема все по-важна роля в икономиката на национално и наднационално ниво и да създава теми за дебати. Това не се дължи само на работата на Емерсон и Тверски, и на Ледбийтър, по-скоро можем да приемем авторите като едни от първите, които виждат потенциала и необходимостта от този сектор. И макар тяхната работа да не е първоизточникът на социалните предприемачи, то не се отрича значимостта им в

популяризирането на темата, това че тя започва да провокира дискусии не само в САЩ и в Обединеното Кралство, и че се превръща в отправна точка за учените през новия век.

Анализирана е статия, написана от Дж. Дийс и Бет Андерсън, която излиза през 2003 година. Статията предлага едно по-широко тълкуване на термина, но в нея връзките между стопанското предприятие, нестопанското и социалното предприятие със стопанска цел са ясно разграничени и е изведена пряка зависимост между „предприемачеството“ и „социалното предприемачество“. Авторите разглеждат новообразуваните се социални предприятия като фирми, инкорпориращи в структурата си практически модели от бизнеса в опити да се разрешат социални проблеми. Те определят „социалните предприятия със стопанска цел“ (Dees & Anderson 2003: 2) като фирми, регистрирани според търговския закон, специфично създадени, за да обслужват някаква социална нужда, с един или повече собственици, които разполагат с правото да контролират фирмата, както и остатъчните печалби и нетни активи (Dees & Anderson, 2003). Авторите извеждат идеята за това, че едно начинание в социалното предприемачество трябва да се разглежда от гледна точка на финансовия си успех, както и от гледна точка на социалното въздействие. Използването на тази двойственост при оценката на дейността, предразполага към изследвания и модели, които поставят и двете части от термина под равен знак. Дисертацията допуска, че всъщност „социалното предприемачество“ е мястото, където стопанският и нестопанският сектор се събират, без да си пречат или взаимно изключват. В „социални предприятия със стопанска цел“ авторите също така обръщат внимание към близките по идея инициативи, които обаче не спадат към тяхната дефиниция за социално предприемачество.

При дефинирането на социалното предприемачество и неговите характеристики са използвани и такива, които са с по-затворена и рестриктивна дефиниция, като на Емерсон и Тверски (1996), както и Дийс и Андерсън (2003). Това е поради необходимостта да се дефинира ясно и точно полето, извеждайки основните показатели, на които са базират полевите изследвания. Важна част от научния анализ е на Джеймс Остин, Хауард Стивънсън и Джейн Уей-Скилерн (2006), които предлагат кратък обобщен преглед на теченията по отношение на дефиницията за социално предприемачество до момента на нейното издаване и синтезират това определение, предлагайки подход за изследването му.

Социалното предприемачество се разглежда като иновативна дейност, създаваща социално въздействие, която не е обвързана с правна юридическа форма и може да се прояви като междусекторно сътрудничество между неправителствения, правителствения и частния сектор (Austin, Stevenson & Wei-Skillern, 2006). С направените анализи, понятийният апарат и теоретичната рамка в сферата на социалното предприемачество са зададени в контекста на дисертацията.

Във **втора глава** от изследването са представени и анализирани водещи академични публикации в областта на „креативните индустрии“. Установени са дефинициите, които са използвани в процеса на изследване. Също така е включен сравнителен анализ между полетата на социалното предприемачество и творческите индустрии и допирните им точки. Ясно е изложено съществуването на разглежданите феномени, давайки по-конкретно разбиране за темата на изследването. Представя се матрицата, по която са изследвани казусите от практиката.

Главата започва с културни индустрии и креативни индустрии, както и разликата между двете понятия. Обръщайки внимание, че и двата термина се ползват в научните среди в последните години, като съществува мнение, че те могат да бъдат взаимнозаменяеми, което обаче е грешно (Hesmondhalgh, 2008). Все пак съществуват не малко изследвания, особено след началото на 90-те години (de Valck, 2014), които се занимават в по-голяма конкретика с „културни индустрии“ (виж Hesmondhalgh, 2007; 2012), „креативни индустрии“ (виж Caves, 2000; Florida, 2002) и така наречената „културна икономика“ (виж Du Gay, 2006; Du Gay & Pryke, 2002). Разглеждат се няколко важни момента в историята на формиране на термините „култури индустрии“ и „креативни индустрии“. Започвайки с терминът „културни индустрии“, който е въведен през 1944 година от Теодор Адорно и Макс Хоркхаймер в книгата им „Диалектика на просвещението“.

Анализирайки културните индустрии, се обръща внимание, че това е един крайно обобщаващ термин, който събира в себе си множество различни полета, които се борят за общ пазар. Това важи дори с по-голяма сила, когато говорим за сферата на изкуството. Тя съществува едновременно като икономически пазар и културна платформа, и има за цел преди всичко опазване и развитие на културата, изкуството и националната идентичност.

Вследствие на което, самото поле се развива като сбор на различни социални течения, политически виждания, както и икономически промени. Провеждайки анализ на сферата на изкуствата, както и на определени казуси от практиката, се обръща внимание на всички отделни части, които са взаимосвързани, както и на средата в нейната цялост.

Работата, от която се заимства част от методологическия апарат на изследване е на Граъм Мърдок и Питър Голдинг (1973) - „За политическата икономика на масовата комуникация“. Когато се анализира дейността на социалните предприятия в сектора на изкуствата в България, в дисертацията е приложен следният модел: „иновация - установяване – насищане - криза“. Приемайки за абсолютна необходимост, за да може едно предприятие да бъде категоризирано като социално, то изхожда от иновативен подход за запълване на социална нужда, която не е обект на занимание нито на търговския, нито на държавния сектор. Работата в социалното предприемачество е приета като континуум, чиито дейности варират от комерсиално до социално. Всяко едно от предприятията може да развива както по-социално насочени дейности, така и такива с по-комерсиална насоченост с цел да се установи като финансово независима структура.

Във втората част от **Втора глава** е разгледан прехода от идеята за „културни“ към „креативни“ индустрии. Разгледана е и границата между социалното предприемачество и креативните индустрии. Направен е анализ за края на 90-те години, когато вече има връзки, които се създават между идеята за културните индустрии и идеята за социалното предприемачество. Разгледана е и работата на Чарлз Ледбийтър, едно от лицата, което промотира и популяризира термина „социално предприемачество“ в края на миналия век. Той също така пише, заедно с Кейт Оукли по отношение културните индустрии, че предприемачите в културните индустрии представят нов модел на работа и основна база за локално икономическо развитие, акцентирайки върху техните тактики, които показват как градовете могат да „преговарят“ за ново място на световния пазар (Leadbeater & Oakley 1999).

В дисертацията е разгледан моментът в края на миналия век, когато се появява и терминът „креативни индустрии“ в политиките на национално ниво. Идеята за „креативни индустрии“ се приема в сферите на културните индустрии и висшето образование, като първо се появява във Великобритания с прецеденти и в други страни, като например

Австралия (Hesmondhalgh, 2008). Документ, публикуван от Департамента на Великобритания за култура, медия и спорт, включва в „креативните индустрии“ - реклама, архитектура, пазар за изкуство и антики, занаяти, дизайн, моден дизайн, филми и видео, интерактивен развлекателен софтуер, музика, сценични изкуства, издателство, софтуерни и компютърни услуги, телевизия и радио (DCMS, 2001). Основната разлика спрямо културните индустрии идва от идеята на Джон Холкинс (Howkins 2001), че към креативните индустрии принадлежат тези, които се занимават с интелектуална собственост, спрямо досегашното определение, което обхваща само секторите, които подлежат на авторско право (Howkins 2001).

Разглежда се границата между социалното предприемачество и креативните индустрии. Докато социалното предприемачество се базира на иновацията и обслужването на социални нужди, креативните и културните индустрии се базират върху човешкото творчество, умения и талант, и нямат необходимост да обслужват социални нужди. Разбира се и двата сектора разчитат основно на предприемаческа активност и предприемчивост и споделят необходимостта от силни фигури с идеи, които да ръководят, развиват и променят бизнеса, носещи основната тежест за успех или провал на начинанието. Но съществува разлика в мотивацията на предприемачите.

Разгледани са културни клъстърни, които се образуват като средища на креативните индустрии в четири европейски страни – Великобритания, Франция, Испания и Италия¹. Изхождайки от данните, изведени в дисертацията, се предполага, че, когато говорим за държавно подпомагане и създаване на политики за развитието на креативните индустрии, от значение са няколко основни принципа:

- Важен аспект от развитието на полето е предоставянето на възможност пред предприемачите да развиват лични професионални мрежи и други меки фактори;

- При създаването на целенасочени политики за развитие на сектора трябва да се познава средата и с приоритет при подпомагането да бъдат тези отрасли на сектора, към които има по-висока специализация в региона;

¹ Изследването е правено през 2019 година и не включва отраженията на световната криза вследствие на разпространението на COVID-19.

- Корелацията между „мястото“ и развитието на творческите професии, или иначе казано, естествената природа на сектора да се създават групи и клъстъри, предразполага към подход, който е географски базиран, а не индустриално.

В последната част на втора глава се разглеждат критиките към творческата икономика.

Трета глава е разделена на две части. В първата част се прави представяне на практическия модел за полеви изследвания и метода за изследване и получаване на емпирични данни чрез дълбочинни експертни интервюта, като са разгледани конкретни показатели, които са обект на търсения при изследователската дейност. Всяко едно от интервютата е проведено в съответствие с предварително подготвен въпросник, който отговаря на нуждите на изследването и е представен в **Приложение 3** на дисертационния труд.

Втора част на **трета глава** е посветена на сравнителен анализ на 8 казуса от сектора на социалното предприемачество на територията на Република България. В основата си изследването на примери от практиката е наблюдение на редица от решения и мотивацията, стояща зад тях (Schramm, 1971). Анализът на казуси е „детайлно изследване на аспект от исторически епизод, за да се развие или тества историческо обяснение, което може да доведе до генерализация на изводите спрямо други събития“ (George & Bennett 2004: 5). Те са обвързани с даден клас, конкретно място и време, и се базират на повече източници на информация (Hancock & Algozzine, 2006). Иначе казано, методът разглежда даден феномен в контекста на реалния живот (Yin, 2003). Поради спецификата на изследването, неговата интердисциплинарност и перспективата през призмата на социалните науки, употребата на въпросната методология е определена като най-добрият подход за достигането на поставените цел и задачи. Използва се и допълнителна публично достъпна информация. Базирайки се на двете перспективи (академичната и професионалната/личната) се прави максимално обективен анализ и оценка на сектора. Така можем да установим до каква степен секторът в България е достигнал до пълния си потенциал.

Първият казус е на Христиан Даскалов и на „Национален студентски дом“ (НСД). Предишният му професионален опит е свързан със сферата на информационните

технологии и управление на IT проекти, основно в частния и корпоративен сектор. Бакалавър по икономика и магистър по Администрация и управление, специалност „Управление на европейски проекти“. С професионална квалификация и 10-годишен опит в сферата на организационното развитие (НСТ, 2020). От създаването си през 1933 г. до днес, „Национален студентски дом“ съществува като уникална институция, чиято мисия е да способства за удовлетворяването на образователните, научни и културни потребности на българските студенти, подпомагайки инициативи и проекти, развивани извън територията на университетите в извънучебно време (НСД, 2019 и НСД, 2018). Казусът на НСД отговаря на всички предварително изследвани показатели и е неразривно свързан с най-важното при социалното предприятие – социалното въздействие. Важен момент от казуса на НСД е формата, под която оперира организацията, защото една от малкото предварително зададени хипотези в дисертацията е идеята, че социалното предприемачество не е задължително обвързано с определена юридическа форма. В другите казуси има такива, които са с подобна проблематика, но нито един не оперира под същата юридическа структура.

Вторият казус е на Янита Кирова и Ива Лапатова, и „Смешната лечебница на д-р Куку и д-р Пипи“. Ива Лапатова е родена в Разград. Завършва гимназия „Екзарх Йосиф“, а след това специалност „Театър на движението – Пантомима“ в класа на доц. Александра Хонг. С магистратура по специалност „Хореографска режисура“ в ЮЗУ „Неофит Рилски“. Към момента е докторант, специалност „Хореография“ също към университета в Благоевград (Йосифова, 2019). Янита Кирова е с образование бакалавър по “Туризм” към Софийския университет „Св. Климент Охридски“. След това има още една бакалавърска степен в НАТФИЗ “Кръстьо Сарафов” по специалност “Театър на движението - Пантомима” и магистърска степен по “Културен туризъм” в Софийския университет. Към момента прави своя докторантура към БАН, в Института по балканистика с Център по тракология. Определя се като актриса, мим, медицински клоун и режисьор, но не използва за себе си термина „социален предприемач“. Те развиват медицинска клоунада „в четири болници в София...“ (9 месеца, 2020: 1 абзац). Това е основната част от дейността им. Двете създават “Сдружение Метаморфози”, което е с идеална цел. Но също така имат и търговско дружество. Въпреки че то е отделна юридическа структура, то също така извършва дейности в сферата на медицинската клоунада. Организацията на Ива и Янита

има цели в областта на културата и образованието, на хората с потребности, които включват, но не са ограничени до деца, лишени от родителска грижа, хора в неравностойно положение, настанени в санаториуми и в болнични заведения, както и развитието на различни форми на театъра, като с приоритет са невербалните. Ива и Янита са успели да намерят хибридна юридическа форма, която позволява гъвкавост в пазарните условия. Казусът е включен в дисертацията и поради факта, че специалността на интервюираната Янита Кирова е насочена към познания за идеологическата страна на социалното предприемачество. Тема, която не винаги е достатъчно засегната, когато говорим за сектора.

Третият казус е на „Таратанци“ ООД. През 2014 г. Ива Тодорова, Емануила Живкова, Екатерина Петрова, Цветелина Панова и Светлозар Цветанов се срещат на форума „Идеите – това сме ние“. Година по-късно петимата се събират и създават организация с културна насоченост (DC news, 2020). “Таратанци” е социална организация с цел да популяризира българските народни танци по алтернативен и иновативен начин. И също така да бъде като алтернативно обучение за всякакви възрасти за народния фолклор. Организацията вече има различни проекти и образователни програми. Част от образователните програми са базирани на българските народни приказки, като това е всъщност най-новият проект, който фирмата развива от миналата година. Целта е да се представят различни социални и емоционални умения за децата по интересен за тях начин - през истории и преживявания. Започват като неформален екип през 2014 г. Впоследствие проектът прераства във формално дружество през 2015 г., под формата на ООД. А от февруари 2019-та, вече са и фондация в обществена полза. Тоест, съществуват като консорциум от дружество и фондация. Екипът на организацията няма един явен представител, който да е основен социален предприемач, а има ядро от добре подготвени специалисти с качества, образование и опит, които взаимно се допълват. Забелязват се определени направления, в които „Таратанци“ успяват да се справят по-добре от другите си колеги в социално-предприемаческия сектор. Още в първите три казуса се забелязва наличието на изолитаризъм в сектора. Въпреки това дамите от екипа имат по-ясна идея и посока за излизане от това състояние. По отношение на континуума между социалната и икономическа насоченост, казусът на „Таратанци“ се намира в търговския край поради

продуктите, които успяват да разпространяват и продават. Забелязва се, че в сектора в България могат да се наблюдават фирми в пълния диапазон на полето.

Следващият казус включен в дисертацията са Росен Савков и Миглена Савкова, които са брат и сестра. Миглена е завършила Художествена академия, специалност “Книга и печат” - печатна графика и магистратура “Илюстрация” - научна илюстрация. Росен има средно специално образование, няма висше. И двамата имат над пет годишен опит в сферата на създаването на аудиовизуални продукти. Към настоящия момент Росен е собственик и управител на продуцентска компания „Four Elements“ (Фор Елементс), която се занимава с дейности в областта на филмовата индустрия. Миглена също е част от тази организация. Компанията стартира преди 6 години. В началото под формата на ООД, впоследствие се превръща в ЕООД. Като цяло се занимава с продуцентска дейност, продукционна дейност, разпространение, постпродукции, маркетинг и ивент мениджмънт. Въпреки че на пръв поглед фирмата е изцяло с търговска насоченост, основната цел е социална. В дългосрочен план идеалните идеи на организацията са да повиши стандарта на изкуството в България, като се опитва да финансира по един или друг начин, или да субсидира, независимото изкуство у нас. Затова фирмата развива проект “Underground”. Проектът стартира една година след като стартира компанията, като целта е да изработи платформа за независимо изкуство, което да има нефинансов механизъм за подпомагане на независимите артисти в България. Когато стартират, не съществува подобна или сходна инициатива.

Петият казус включен в дисертационния труд е на Фондация „Йордан Камджалов“. „Йордан Камджалов е първият чужденец, избран единодушно едва на 30-годишна възраст за Генерален музикален директор и главен диригент на град Хайделберг“ (ММД, 2020: абзац 1). „Завършил е дирижиране в Берлин“ (Илиева, 2017: абзац 2). Печели "Диригент на годината" за 2010г. - номинация от Radiomagazin "Fazit" /Германия/, международния конкурс за диригенти „Йорма Панула“ 2009г. /Финландия/, награда и от конкурса „Густав Малер“ 2010г. /Германия/ (Класик ФМ, 2011). Дирижира водещи оркестри в Берлин, Лондон, Лос Анджелис, Токио, и други. „Лондонската филхармония го определя като един от тримата най-добри диригенти от неговата генерация“ (Илиева, 2017: абзац 2). „Избран е също от Немското радио за един от тримата най-добри диригенти на Германия

за 2011“ (ММД, 2020: абзац 3). „През 2014 г. НАСА и Международният център по астрономия (IAU) кръщават на негово име астероид, като обявяват, че „той свързва света на музиката с очарованието на вселената“ (Илиева, 2017: абзац 2). През октомври 2017г. Йордан Камджалов получава най-престижната награда за класическа музика в Германия Echo Klassik, заедно с клавирното дуо Аглика Генова и Любен Димитров (ММД, 2020). От 2018г. е Музикален директор и главен диригент на Хърватската национална опера и филхармония в Риека. Това са само малко от успехите на българския диригент. Неговата работа попада в изследването поради дейността, която той и неговият екип развиват в България. През 2010г., едва на 29-годишна възраст, диригентът създава фондация за подпомагане на млади български творци, а през 2014г. поема отговорността да създаде нова концептуална платформа с проекта GENESIS ORCHESTRA и „Музикална лаборатория за Човека“. През ноември 2018г. открива Академия Музика (ММД, 2020). Анализирайки казуса на „Фондация Йордан Камджалов“, се наблюдава още един интересен пример от практиката. Организацията е достигнала това ниво, при което проблемите, с които се сблъсква, са крайно специфични и са обвързани с конкретните нужди на техните дейности. Въпреки това, те не се отдалечават от основната проблематика на останалите предприятия в сектора. Разгледали вече по-голямата част от казусите, се извежда идеята за липсата на специфична и адекватна спрямо конкретните нужди на сектора подкрепа от страна на държавния апарат по отношение на финансирането и подпомагането и с нефинансови стимули.

Шестият казус разгледан в труда е на Атанас Маев и „Дерида денс център“. Атанас Маев работи в сферата на съвременните изпълнителски изкуства от 2003-а година. Позицията му е арт-мениджър, а интересите му са свързани с бизнес развитие, свързано с културно предприемачество, презентирание на артисти, създаване на условия, развиване на проекти, създаване на инструменти и културна дипломация. Той представлява „Дерида денс център“ (Derida Dance Center). Организация, която се управлява от две различни дружества, едното е фондация с нестопанска цел в обществена полза, а другото е Дерида денс ЕООД. Идеята е свързана с това, че продуктите, които се предлагат за пазара на изкуства и имат своето потребление, минават през търговското дружество, а проектната дейност изцяло е насочена към фондацията. Тя съответно има силен отзвук и обществена значимост чрез културните си проекти. Въпреки активната социална дейност на

компанията, Атанас Маев не се смята за „социален предприемач“. Той се определя като човек, който работи в сферата на независимия културен сектор - като културен предприемач.

Последните два казуса са представени в обща част поради географското им разположение в квартал „Капана“ в Пловдив. Първият казус е на Симеон Тодоров и галерия “Plovediv”. Симеон се представя като бивш учител, който е съсобственик на галерия и работи по проекти, обвързани с благоденствието на хората. Той сам отбелязва, че не се представя като „социален предприемач“. Въпреки че неговата дефиниция за термина е структура, която се занимава с дейности, от които хората извличат някакви позитиви и не става въпрос за финансова облага, а всъщност за някаква полза за обществото. Или иначе казано, организацията да осъществява социално въздействие. Вторият казус е на Ивайло Дернев, който е издател и главен редактор на сайта “Под тепето”, “Kapana.bg” и “Lostinplovdiv.com”, съсобственик е и на популярното заведение “Котка и Мишка”. Работата на г-н Дернев и неговото предприятие не попада в сектора на изкуствата. Въпреки това казусът е в обхвата на дисертацията поради няколко причини. Първо, защото сайтът оперира в квартал „Капана“ в град Пловдив. Организацията е част от сектора на творческите индустрии (ВОР consulting, 2010). И въпреки че тяхната дейност не е обвързана с изкуството, развива и търси социално въздействие, което е предпоставка за това, че е част от пейзажа на социално-предприемаческия сектор.

В четвърта глава от изследването е разгледана държавната политика спрямо настоящото състояние на пазара. Направен е критичен анализ на социалното предприемачество в изкуствата на територията на Република България, който обхваща както генералните насоки на отделните предприемачи, така и политическите, икономическите и социалните настроения към момента на провеждане на изследването. Предложен е модел за подпомагане на сектора. За изготвянето му е използвана информацията, представена в предходните глави от изследването и е използван grounded theory. С информацията, изложена до момента, е направен критичен анализ на дейностите и причините за възможни затруднения при тяхното развитие. Тезите са основани на три фактора – теорията, събрана от международната научна работа в полето, данните, събрани от дълбочинните експертни интервюта и собствени анализи на автора. Критиката е изцяло

практически насочена, като основната ѝ цел е да подчертае недостатъци на системата, за които вече съществуват прецеденти в чужбина и/или има предупреждения от специалистите за тяхното съществуване.

Главата включва анализ на държавния модел за социално предприемачество и Закона за предприятията на социалната и солидарна икономика. Забелязват се сходства между световните идеи за принципите на социалното предприемачество и българското законодателство, но законът обръща внимание, че трябва да има „преимущество на социалните пред икономическите цели“ (Държавен вестник, 2018), без да се поставя съществен акцент на икономическите аспекти на работата в сектора. Отбелязва се, че контролът на държавата над социалните политики и дейности е важна част от съществуващата система. И докато при социалните дейности това може и да е необходимост, когато говорим за сектора на социалното предприемачество, подобен контрол е по-скоро ограничаващ отколкото подпомагащ. Все пак в основата си той се развива в тези ниши, в които има недостиг на предлагането спрямо търсенето, както от страна на частния сектор, така и от държавния. Инвестиционният капитал би следвало да бъде по-свободно оперативен спрямо фирмите, работещи в социалните услуги.

Втората част на четвърта глава включва анализ на модела на работа на социалните предприемачи. Отбелязва се, че от осем казуса, разгледани в работата, не всички от тях могат да се впишат в законовата рамка за предприятията на социалната и солидарна икономика. Въпреки това анализът на академичната литература има основание да приеме и другите като примери за социално предприемачество, изхождайки от това, че всеки един от тях търси не само финансова печалба, но също така има социално влияние, създава общност и предлага по някакъв начин иновативен подход към проблеми, които не са нови за средата.

Достига се до заключението, че проблемите пред сектора са многопластови и сложни. За тяхното решаване и създаването на по-благоприятна среда за направлението се изисква провеждането на голям брой диалогични обмени и по-важното – излизането с обща позиция на професионалистите. Трябва да се обърне внимание на множество малки на пръв поглед пречки, но които създават не малко спънки за работата. Изисква се добронамереност, отвореност за диалог и обединение както на сектора, така и на

представителите на законодателната власт. Важно е да се отбележи, че предложените в работата дейности и насоки изхождат основно от теоретичните предпоставки и добрите практики в чужбина. Необходимо е внимателно проследяване на всяко имплементирано нововъведение и последиците му. Базирайки се на водещата парадигма за сектора, трябва да се вземе под внимание, че съществува реалната възможност механизми, работещи в други държави, да бъдат непримени за състоянието на българския пазар.

Последната част от тази глава включва анализ на препоръките на специалистите. В проведените дълбочинни експертни интервюта на всеки един от субектите е зададен въпросът: „Какво трябва да се промени спрямо сегашното състояние на пазара?“. Получените отговори са крайно противоположни. Някои от специалистите не се нагърбват с предположения какво трябва да се промени за целия сектор. Други предлагат конкретни промени и включването на определени механизми за подпомагане. Докато Йордан Камджалов обръща внимание, че много закони могат да се променят конкретно, но това пак ще е една козметика (Приложение 1.5). Той апелира към коренна промяна на модела, поставяйки човека и хуманността в центъра на системата. Росен Савков говори за това, че самият пазар не налага промяна (Приложение 1.4). Спрямо направените анализи и наблюдения над ситуацията в региона, съществуват причини да се смята, че има капацитет за оптимизация на работещите механизми.

Последна е **заключителната част** на дисертацията, която синтезира получените резултати от проведеното изследване. Анализира до каква степен са изпълнени целите и задачите на изследването. Както и включва в себе си предложени определени насоки, които могат да бъдат включени при по-нататъшно изследване на темата. След проведени проучвания бе открито, че няма налични статистики за заетите лица в социалната и солидарната икономика. Нито една от съществуващите статистики не е достатъчно изчерпателна. След проведените изследвания може да се вярва, че секторът е с много по-голям обхват. Липсата на информираност, отчетност и пропуски в законовата рамка създават невъзможност за извеждането на адекватни статистически данни. Съображението е не само спрямо заетите към социални предприятия в страната, но също така и към дяла, който секторът има от икономиката.

Тенденциите в българската реалност изостават спрямо световните. Необходимо е да се предприемат адекватни мерки за развитието на сектора, които да са насочени към всеки един аспект от дейностите му. Законодателството трябва да отговаря на нуждите на социалните предприемачи. От своя страна, изискванията на заетите в сектора трябва да бъдат добре комуникирани. Необходима е ясна позиция, която да е базирана на вече утвърдени световни практики. Запазването на обективност отвъд собствените разбирания е ключов елемент при изготвянето на стратегия за бъдещето. Не бива да се забравя, че първоначалната идея на сектора не е завладяване на пазара, а изграждането на една нова икономика, която цели цялостно реорганизиране на вече съществуващата парадигма.

Българската академична общност има отговорност да създаде предпоставки за провеждането на повече изследвания. Да се предостави възможност за теоретичното тестване на добри практики, които в един по-късен етап да се развиват на пазара. Извън границите на работата бе оставен въпросът с възможностите за финансиране на проучвания в сектора.

В основата си дисертацията цели да определи границите на социалното предприемачество в неговата цялост, включвайки всички връзки, които съществуват между полето и социума, икономиката и политиката. На преден план са изведени всички специфики на феномена и начина, по който той се отделя от други, подобни на него. След изложението на основната теоретична рамка, критичния анализ на казусите от практиката и законодателната рамка, читателят може да придобие представа за функционалността на полето в България. Изследването същото така дава възможност да се достигне до определени въпроси поради разминаването в теорията и практиката. Можем да вярваме, че достигнатите заключения имат крайно практическа насоченост.

В заключението на дисертацията се отбелязва, че съществува един огромен потенциал за развитие на сектора на територията на страната. Надеждата е, че дисертацията е едва първото от много следващи изследвания. Допуска се, че е необходимо една група от професионалисти и учени да се обединят с единствената цел да развият един нов пазарен модел, адаптиран към условията на пазара в страната.

В **Приложение 1** са приложени пълните текстове на проведените дълбочинни експертни интервюта.

В **Приложение 2** могат да се намерят допълнителни материали за част от разглежданите казуси от практиката.

В **Приложение 3** е приложена пълната методология за проведените дълбочинни експертни интервюта.

9. Научни приноси

- Интердисциплинарен сравнителен анализ на теоретичната рамка и методите на изследване между областите на „социалното предприемачество“ и на „творческите индустрии“, като се разглежда връзката в контекста на политико-икономическата среда.
- При изследване дейността на социалните предприятия в сектора на изкуствата в България е разработен и приложен следния модел - „иновация – установяване – насищане – криза“.
- Проследяване на историческото развитие и еволюция на феномена „социално предприемачество“ в теоретико-практически план от зараждането му до наши дни.
- Установен разрыв между част от идеите, изразени в академичните публикации по темата и мнението на действащи професионалисти от сектора.
- Проведено задълбоченото изследване на 8 казуса от съвременната практика и анализ на държавния модел, което достигна до някои ключови изводи:
 - Значителна част от разглежданите казуси вече се борят или за „установяване“ на пазара, или за неговото „насищане“, което индикира известно ниво на зрялост на сферата в България.
 - Открити са доста сходства по отношение на проблемите и предизвикателствата на социалните предприятия от различни сектори на икономиката, които оперират на родния пазар.

10. Авторски научни публикации

- Калинов, Ал. (2017) „За социалното предприемачество – изследвания, методи, проблеми“. в Entrepreneurship, Volume: V, pp.16-31
- Калинов, Ал. (2018) „Социалното предприемачество: историческо развитие и теоретична рамка“. В Дигиталната революция в културните и социалните процеси, Issue: 1, pp.77-88
- Калинов, Ал. (2019). Социално предприемачество – същност и особености. Арт и креативно предприемачество. В Multidisciplinary Journal of Science, Education and Art. Съюз на учените в България. ISSN1313–5236 стр. 333 - 345
- Калинов, Ал. (2019). *За мястото на мима в актьорското обучение*. В „Пластическото възпитание на актьора през 21 век. Нови насоки и тенденции. Нови насоки и тенденции. Движение и арттерапия в пластическото образование“, Национална академия за театрално и филмово изкуство “Кръстьо Сарафов”, София 2019, ISBN 978-619-90000-2-1
- Калинов, Ал. (2020) „Интердисциплинарен подход при изследване на изкуствата и социалното предприемачество“, Изкуства. Медии. Култура.
- Калинов, Ал. и Калинов, Б. (2020). „Стратегии за реклама, ПР и популяризиране в изкуствата и културния сектор“. В: Шопова, Т. (състав.) Медии, Култура и Бизнес. ISBN: 978-954-00-0221-7
- Калинов, Ал. (2021). *Държавна рамка за социалното предприемачество в България*. В "Култура, медии и културен туризъм по време на Covid-19"

БИБЛИОГРАФИЯ НА АВТОРЕФЕРАТА

1. Държавен вестник. (2018). *Закон за предприятията на социалната и солидарна икономика*. Издаден в София на 25 октомври 2018 г.
2. Илиева, Л. (2017). *Йордан Камджалов: Гениалността е задължителният минимум*. Списание Ева.
3. Йосифова, Н. (2019). *Медицинските клоуни д-р Куку и д-р Пипи: Ние сме доктори, които лекуват със смях*. Ladyzone.bg. Посетен на 03.04.2020 <<https://bit.ly/34u7Ys6>>
4. Керезиев, Ил. (2016). *СОЦИАЛНО ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО: СЪЩНОСТ, ХАРАКТЕРИСТИКИ И ОБХВАТ*. В Юбилейна научна конференция с международно участие. 122 – 126.
5. Класик ФМ. (2011). *Диригентът Йордан Камджалов желае да помага*. Посетен на 28.04.2020 <<https://bit.ly/2VGZA5z>>
6. Национален Студентски Дом. (2018). *Доклад за състоянието и дейността на националния студентски дом за 2018 г.*
7. Национален Студентски Дом. (2019). *Доклад за състоянието и дейността на националния студентски дом за 2019 г.*
8. Русанова, Л. (2011). *Концепцията за социално предприемачество и българския опит*. В НАУЧНИ ТРУДОВЕ НА РУСЕНСКИЯ УНИВЕРСИТЕТ - 2011, том 50, серия 5.1. Стр. 28 – 32 <<https://bit.ly/3kiCZY5>>
9. Стефанова, М. (2014) *СОЦИАЛНОТО ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО – ПОНЯТИЕ И ОБХВАТ*. В „ИНТЕЛИГЕНТНА СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ НА БЪЛГАРИЯ”, стр. 660-673, ISBN 978-954-9432-64-0 <<https://bit.ly/3qEDpdA>>
10. Терзиев, В.; Бенчева, Н.; Стоева, Т. и Георгиев, М. (2020а). *Обучения по социално предприемачество: теория и практика (Training in Social Entrepreneurship: Theory and Practice)* Available at SSRN: <<https://ssrn.com/abstract=3584199>>
11. Терзиев, В.; Бенчева, Н.; Стоева, Т. и Георгиев, М. (2020б). *Социално предприемачество: финансиране, програми и мерки (Social Entrepreneurship: Funding, Programs and Measures)* Available at SSRN: <<https://ssrn.com/abstract=3584214>>
12. Терзиев, В. и Арабска, Ек. (2017). *Social Entrepreneurship Development in Bulgaria (Развитие на социалното предприемачество в България)* В Journal of Mountain Agriculture on the Balkans, 2017, 20 (4), 324-343, Available at SSRN: <<https://ssrn.com/abstract=3148406>>
13. 9 Месеца. (2020). *Смешната лечебница на д-р Куку и д-р Пипи*. Посетен на 03.04.2020 <<https://bit.ly/2V16brf>>
14. Adorno, T. & Horkheimer, M. (1944/1947). “*The culture industry: enlightenment as a mass deception*” in “Dialectic of enlightenment”.
15. Adorno, T. & Horkheimer, M. (1969) “*Preface to the new edition 1969*” in Dialectic of enlightenment philosophical fragments. Adorno, T. & Horkheimer, M. (2002). Ed. by

- Gunzelin Schmid Noerr. Transl. by Edmund Jephcott Stanford. Calif.: Stanford Univ. Press.
16. Austin, J.E., Leonard, H., Reficco, E., & Wei-Skillern, J. (2004). Corporate social entrepreneurship: A new vision of CSR. Harvard Business School Working Paper No. 05-021. Boston: Harvard Business School.
 17. Austin, J. Stevenson, H. & Wei-Skillern, J. (2006) *Social and Commercial Entrepreneurship: Same, Different, or Both*. In *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(1), pp. 1-22
 18. Barendsen, L. & Gardner, H. (2004). „*Is the Social Entrepreneur a New Type of Leader?*”. *Leader to Leader*, 2004, V. 34, 43-50.
 19. Bop Consulting. (2010). *Creative and Cultural Economy series / 2 – Mapping the Creative Industries: A Toolkit*. British Council Creative Economy Unit
 20. Bowen, H. (1953). *Social Responsibilities of the Businessman*. America
 21. Brinkmann, S. (2013). *Qualitative Interviewing: Understanding Qualitative Research*. Oxford: Oxford University Press
 22. Caves, R. (2000). *Creative Industries: Contracts Between Art and Commerce*. Harvard University Press, Cambridge, MA.
 23. DCMS. (2001). “*The creative industries mapping document 2001*”. London: UK department of culture, media and sport.
 24. DC News. (2020). *Да учим танци с „Таратанци“ (СНИМКИ и ВИДЕО)*. Посетен на 10.04.2020 <<https://bit.ly/3bdY119>>
 25. Dees, J.G. (1998). *The meaning of “social entrepreneurship.” Comments and suggestions contributed from the Social Entrepreneurship Founders Working Group*.
 26. Dees, J.G. & Anderson, B.B. (2003). *For-profit social ventures*. *International Journal of Entrepreneurship Education* (special issue on social entrepreneurship), 2. pp. 1–26.
 - 27.
 28. Drucker, P.F. (1989). *What business can learn from nonprofits*. *Harvard Business Review*, 67, 88–93.
 29. Du Gay, P. (2006). *Production of Culture/Cultures of Production*. Sage, London.
 30. Du Gay, P. & Pryke, M. (2002). *Cultural Economy: Cultural Analysis and Commercial Life*. Sage, London.
 31. Emerson, J. & Twersky, F. (Eds). (1996). *New social entrepreneurs: The success, challenge and lessons of non-profit enterprise creation*. San Francisco: Roberts Foundation, Homeless Economic Development Fund.
 32. Florida, R. (2002). *The Rise of the Creative Class*. Basic Books, New York.
 33. George, A. & Bennett, A. (2004). *Case Studies and Theory Development in the Social Sciences*. Cambridge, MA: MIT Press.
 34. Hancock, D. & Algozzine, B. (2006). *Doing Case Study Research: A Practical Guide for Beginning Researchers*. New York: Teachers College Press, 15–16.
 35. Hesmondhalgh, D. (2007). *The Cultural Industries 2nd edition*. SAGE Publications.
 36. Hesmondhalgh, D. (2008). *Cultural and Creative Industries*. In: *The SAGE handbook of cultural analysis*. Sage Publications Ltd, pp. 553-569.
 37. Hesmondhalgh, D. (2012). *The Cultural Industries 3rd edition*. SAGE Publications.

38. Howkins, J. (2001). *The Creative Economy*. London: Allen Lane.
39. Leadbeater, C. (1997). *The rise of the social entrepreneur*. Demos.
40. Leadbeater, C. & Oakley, K. (1999). *The Independents*. London: Demos/ICA/The Smith Institute
41. Letts, C., Grossman, A., & Ryan, W. (1999). High performance nonprofit organizations: Managing upstream for greater impact. New York: Wiley.
42. Liu, J. & Liu, Sh. (1997) *MODERNISM, POSTMODERNISM, AND NEO-CONFUCIAN THINKING: A CRITICAL HISTORY OF PARADIGM SHIFTS AND VALUES IN ACADEMIC PSYCHOLOGY*. B New Ideas in Psychology Vol. 15, No. 2, pp. 159-118, 1997
43. Murdock, Graham & Golding, Peter. (1973). *For a Political Economy of Mass Communications*. In Vol 10: Socialist Register 1973. Merlin Press Ltd.
44. Reis, T. (1999). Unleashing the new resources and entrepreneurship for the common good: A scan, synthesis and scenario for action. Battle Creek, MI: W.K. Kellogg Foundation.
- 45.
46. Rubin, H. & Rubin, I. (2012). *Qualitative Interviewing: The Art of Hearing Data, 3rd ed.* California: Sage Publications.
47. Schramm, W. (1971). *Notes on Case Studies of Instructional Media Projects*. Washington, D.C.
48. Strauss, A. & Corbin, J. (1998) *Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory*. 2nd ed. London: Sage Publications.
49. Thompson, J. (2002). The world of the social entrepreneur. *International Journal of Public Sector Management*, 15(5), 412–431.
50. Tollefson, J. et al. (2014). “*What You Ask Is What You Get: Learning from Interviewing in Qualitative Research*”. *Contemporary Nurse* 10, no. 3–4
51. United Nations. (2020). *Universal Declaration of Human Rights*. Accessed 20.02.2020 <<https://bit.ly/2wzo6eV>>
52. de Valck, M. (2014). *Supporting art cinema at a time of commercialization: Principles and practices, the case of the International Film Festival Rotterdam*. B Poetics Volume 42, 40-59.
53. Yin, R. (2003). *Case Study Research: Design and Methods, 3rd ed.* London: Sage Publications.

СЪДЪРЖАНИЕ

1. Актуалност и значимост на темата	2 стр.
2. Тема на изследването	4 стр.
3. Цел на научното изследване	5 стр.
4. Задачи на научното изследване	5 стр.
5. Обект, предмет и основна хипотеза на изследването	6 стр.
6. Методология на изследването	6 стр.
7. Ограничения на изследването	9 стр.
8. Структура на дисертационния труд	10 стр.
9. Научни приноси	25 стр.
10. Авторски научни публикации	26 стр.
Библиография	27 стр.
Съдържание	30 стр.