

ОКОНЧАТЕЛЕН ДОКЛАД

от изпълнението на обществена
поръчка с предмет:

*„Ефективност на дейностите,
свързани с културната политика
на Столична община и в частност
на тези по Календара на
културните събития на Столична
община за 2019 г.“*

/Юни-Декември 2019 г./

ВЪЗЛОЖИТЕЛ: СТОЛИЧНА ОБЩИНА

ИЗПЪЛНИТЕЛ: АЛФА РИСЪРЧ

Съдържание

I. ХАРАКТЕРИСТИКИ НА МОНИТОРИНГА.....	3
II. АНАЛИЗ НА РЕЗУЛТАТИТЕ В РАМКИТЕ НА СЪБИТИЯ ОТ ККССО.....	10
1. ЕВРОПЕЙСКИ МУЗИКАЛЕН ФЕСТИВАЛ.....	10
2. СВЕТОВЕН ТЕАТЪР В СОФИЯ.....	14
3. СОФИЙСКИ МУЗИКАЛНИ СЕДМИЦИ.....	19
4. ОПЕРА В ПАРКА.....	26
5. СОФИЯ МОНО.....	30
6. РЕЗИДЕНТСКА ПРОГРАМА НА ДЕРИДА ДЕНС ЦЕНТЪР.....	35
7. БЛОК КИНО.....	38
8. КОНЦЕРТИ НА КАМЕРЕН ОРКЕСТЪР „ПРЕКОРДЗАГАН”.....	43
9. КЪЩА ЗА ЛИТЕРАТУРА И ПРЕВОД.....	46
10. ФЕСТИВАЛ ФОТОФАБРИКА.....	49
11. СТОЛИЦА ЛИТЕРАТУРА.....	54
12. ДЕТСКИ ПАНАИР СОФИЯ.....	56
13. ФЕСТИВАЛ МАЛЪК СЕЗОН.....	57
14. А ТО JAZZ.....	66
15. СПОДЕЛЕТЕ МУЗИКАТА В ДВОРЕЦА ВРАНА.....	70
16. МЕЖДУНАРОДЕН ФОЛКЛОРЕН ФЕСТИВАЛ ВИТОША.....	74
17. 180 ЛАБОРАТОРИЯ ЗА ИНОВАТИВНО ИЗКУСТВО.....	76
18. ФЕСТИВАЛ ЗА ПОП И РОК МУЗИКА.....	80
19. СТАРА ХАРТИЯ ЗА НОВА КНИГА.....	82
20. ЛЯТНА АКАДЕМИЯ ЗА ДЕЦА И УЧЕНИЦИ КЪМ НХА.....	83
21. АЛЕЯ НА КНИГАТА.....	86
22. ПИАНО ЕКСТРАВАГАНЦА.....	90
23. ПАНАИР НА МЛАДИТЕ SITE SPECIFIC THEATRE.....	97
24. МЕЖДУНАРОДЕН КОНКУРС МЛАДИ ВИРТУОЗИ.....	100
25. СИНЕЛИБРИ.....	101
26. ИЗКУСТВОТО НА БАРОКА.....	111
27. АСТ ФЕСТИВАЛ ЗА СВОБОДЕН ТЕАТЪР.....	115
28. МЕЖДУНАРОДЕН ФОРУМ ЗА КОМПЮТЪРНИ ИЗКУСТВА КОМПЮТЪРНО ПРОСТРАНСТВО.....	119
29. ЕВРОПЕЙСКА НОЩ НА ТЕАТРИТЕ.....	123
30. КОНКУРС ЗА НОВА БЪЛГАРСКА ПИЕСА.....	128
31. КИНОМАНИЯ.....	129
32. МЕЖДУНАРОДНО ТРИЕНАЛЕ НА СЦЕНИЧНИЯ ПЛАКАТ.....	140

33. МИШ МАШ ФЕСТ	142
III. АНАЛИЗ НА МЕДИЙНИТЕ ПУБЛИКАЦИИ ЗА СЪБИТИЯТА, ОСТАНАЛИ ИЗВЪН ОБХВАТА НА МОНИТОРИНГА	156
34. СОФИЙСКИ ТЕАТРАЛЕН САЛОН И НАГРАДИ ИКАР	156
35. МЕЖДУНАРОДЕН СОФИЯ ФИЛМ ФЕСТ 2019	157
36. АНТИСТАТИК.....	159
37. ФИЛМОВ ФЕСТИВАЛ МАСТЕР ОФ АРТ	160
38. НАЦИОНАЛНАТА КАМПАНИЯ В ПОДКРЕПА НА ЧЕТЕНЕТО „ПОХОДЪТ НА КНИГИТЕ“ 2019	161
III. ОБОБЩЕНИЕ	167



I. ХАРАКТЕРИСТИКИ НА МОНИТОРИНГА

Настоящото проучване, възложено по поръчка на Столична община, е продължение на многогодишната практика общината да проследява ефекта от провеждането на културни политики в столицата. Установяването на такава устойчива и трайна практика на изследване на ефективността на реализираните от общината дейности в сферата на културата е ключов инструмент за оптимизиране усилията на администрацията и насочването им към реалните предизвикателства на социо-културния контекст, очакванията на публиките, насърчаването и развитието на нови културни форми.

1. Цел и предмет на мониторинга

Календарът на културните събития на Столична община за 2019 г., като един от основните инструменти на провежданата от общината културна политика, е изготвен и одобрен в съответствие с поставените цели за развитие на културния живот в града и изпълнението на приоритетите, заложили в Стратегията за развитие на културата в София 2013-2023 „София-творческа столица“.

Ключовите приоритети в Стратегията, в тясна връзка с които се изгражда Календарът на културните събития, включват:

- Достъп до култура
- Култура и човешки капитал
- Културно наследство на променящия се град
- Град на творческа икономика
- Равнопоставено участие в глобалните културни процеси

Във връзка с гореизброените приоритети, Календарът на културните събития е структуриран в няколко основни раздела, с общо финансиране в размер на 2 188 700 лв. Обособени са следните раздели:

A/ Външни събития:

- раздел: Стратегически събития
- раздел: Значими събития

B/ Събития на Столична община

- раздел: Чествания и годишнини
- раздел: Конкурси
- раздел: Лятна програма на Столична община
- раздел: Събития на Столична община в партньорство
- раздел: Български общности в чужбина
- раздел: Събития на столичните райони

За седма година Столична община инициира провеждането на външен мониторинг на събитията, включени в Календара. **Основна цел на мониторинга** е осигуряването на цялостен, независим и обективен поглед върху финансираните от общината външни събития, които се базира на оценки на публика и организатори, и медийни отзиви. Той

следва да отчете ролята на Календара на културните събития, като част от политиките на СО в областта на културата за очертаването облика на културния живот на столицата.

Предмет на мониторинга са събитията от първите два раздела на Календара на културните събития на Столична община. Тази година в раздел „Стратегически събития“ са включени общо 7 фестивала и прояви, а в „Значими събития“ – 47, от които 5 с логистична подкрепа. Останалите събития получават различно финансиране за тяхната реализация. Така, общият брой на събитията, които следва да бъдат обхванати в рамките на настоящия мониторинг, е 54. Сред тях присъства разнообразие от жанрове на изкуството, както и видово разнообразие – единични прояви, фестивали, и др.

При мониторирането и последващия анализ на събитията се отчита връзката им с приоритетите на Стратегията за култура на СО и се проследява до каква степен се постигат целите, какви са трудностите, какви са възможните способности за преодоляването им.

В съответствие с горните цели, мониторингът следва да предостави цялостен, независим и обективен поглед върху финансираните от общината външни събития, който се базира на следните основни компоненти: наблюдения на конкретни събития, оценки на публиките, медийни отзиви.

2. Описание на методологията

За целите на мониторинга, провеждан от агенция „Алфа Рисърч“, се използва разнообразие от методи за измерване на ефекта и удовлетвореността от външните събития в Културния календар. Прилагането на описаните по-долу изследователски методи и инструменти като единна методика за мониторинг осигурява цялостен поглед върху ефекта от събитията в частност, и избрания чрез тях курс на културната политика на Столична община като цяло.



Проучването на ефекта от културните политики на СО, в частност проследяването на външните събития от Културния календар, се базира на комбиниран подход от анализ на обективни индикатори, проследявани чрез преки наблюдения при осъществяването на събитията, така и на субективни индикатори, регистрирани чрез мненията на публиките. Като допълнителен компонент на анализ се взема предвид и отзвукът за събитията в медийното пространство. Обхващането на спектър от различни по жанр събития и техните посетители, и комбинирането на обективни и субективни показатели за анализ гарантират максимална точност при измерване на ефекта от реализираните дейности от СО в сферата на културата.

3. Обхват на мониторинга

Одобреният от Столичен общински съвет общ брой на събитията от ККССО, организирани и реализирани от външни за общината културни оператори, е 54. В рамките на фестивалите се провеждат множество отделни прояви, като от тях на база определени характеристики и съобразно броя включени в съответните фестивали прояви се избират тези, които попадат в обхвата на проучването. Настоящото изследване се реализира в периода юни – декември 2019 г.

В изготвения доклад се разглежда, обобщава и анализира информацията от реализираните в периода 01 юни-21 декември 2019 г. събития. В периода са обхванати 36 фестивала или самостоятелни прояви. За мониторирания период от анкеторските екипи са посетени **130 самостоятелни прояви** в рамките на събитията, като са реализирани общо **1394 анкети с посетители**. Обработени и анализирани са и **3148 медийни отзиви**, предоставени от експертите от Столична община/организаторите на събитията

Поради късния старт на мониторинга (договорът със Столична община е подписан на 30.05.2019 г.), извън прекия обхват на проучването остават следните събития:

- 1/ Софийски театрален салон и награди ИКАР 2019
- 2/ София Филм Фест и София мийтингс
- 3/ Софийски международен панаир на книгата
- 4/ Официална церемония за връчване на Награда за полет в изкуството "Стоян Камбарев"
- 5/ Международен фестивал за съвременен танц и перформънс Антистатик
- 6/ Urban Summit as part of Webit Festival
- 7/ Походът на книгите
- 8/ Филмов фестивал Мастер оф арт 2019 - съпътстващи дейности
- 9/ София Хартиен Артфест
- 10/ Софийски фестивал на науката
- 11/ Нощ на литературата
- 12/ Пролетен базар на книгата

За посочените събития ще бъдат анализирани медийните отзиви, предоставени от организаторите.

Освен това, няколко от предварително одобрените в Календара събития остават извън него, поради ненавреме подписани договори или официален отказ на организаторите да бъдат част от културния календар на столицата. Такива са:

- 1/ КваАртал Фестивал 2019
- 2/ Софийски музикален фестивал Жълтите павета
- 3/ 9-ти София Индипендънт филм фестивал
- 4/ Кристална Лира 2019

Методологията на анкетиране на публики е чрез пряка анкета, като оценки за всяко събитие са давали представители на присъстващите като посетители, избрани на случаен принцип. Броят на анкетираните на всяко събитие според изискванията на Възложителя - Столична община, варира в зависимост от посещаемостта на конкретното събитие, както следва:

Размер на публиката	Минимален брой анкетирани
Под 50 души	5
50-100 души	10
101 – 500 души	15
501 – 1000 души	20
Над 1000 души	30

За всеки фестивал са посетени определен брой събития, в зависимост от общия обем на проявите, реализирани по време на провеждането му. Заложено е следното разпределение за брой посещения:

Общ брой прояви в рамките на събитието	Брой посетени прояви
До 5	2 (Ако са 1 или 2, се обхващат и двете)
6-10	3
11-30	4-5
Над 30	9-10

Изборът на прояви е съобразен с характеристики, които са изпращани от експертите с цел осигуряване разнообразие на целеви групи, места на провеждане, типове прояви (работилници, прожекции и др.) и др.

В настоящия междинен доклад се представят обобщени резултати както на ниво фестивал/самостоятелна проява, така и на всяко мониторирано събитие, разгледано индивидуално. Обобщените данни за фестивалите, за които са реализирани над 50 анкетни карти с публика, са представени графично (в графиките са представени средни оценки и процентни дялове).

4. Характеристики и профил на обхванатите в мониторинга единици



Обхванатите в мониторинга прояви имат следните характеристики:

- Мнозинството от посетените събития са **разположени в центъра – 94%**, едва 6% са проявите в периферни локации на града.
- Локациите са **сравнително разнообразни – 49 на брой**, като се има предвид и че част от фестивалите от календара не са обхванати поради по-късния старт на мониторинга
- **Значителна част от обхванатите прояви имат безплатен характер (45%)**, като над половината са **адаптирани и за чуждестранни посетители в 54%** от случаите. Най-често събитията са представени чрез **плакат/анонс на чужд език**

(74%), чрез субтитри (40%) или чрез симултанен превод (20%).

- **Адаптираността за специфични социални групи като хора с физически, слухови, зрителни увреждания, все още не е достатъчно развита** – условия за такива хора са били осигурени в 1/3 от случаите, като в останалите 2/3 локациите не са били адаптирани за такива групи посетители. Сред адаптираните прояви, най-често са били налични съоръжения за хора с физически увреждания.

- Най-много прояви са посетени в НДК (11%), зала България (9%), Дом на киното (9%), кино Люмиер Лидл (8%), Театър Сфумато (6%), поради факта, че това са основни локации на част от фестивалите с най-много прояви (Киномания, Синелибри, Софийски Музикални седмици, Пиано екстраваганца, Малък сезон)



- **Мнозинството от проявите представляват кинопрожекции (28%), концерти (17%), театрални постановки (16%).** Други форми на изкуство са значително по-слабо застъпени, като представляват под 10% от обхванатите в мониторинга прояви.

- **Проявите с интерактивен характер са 1/3 от всички случаи.** В останалите 2/3 не е имало такива елементи. Най-разпространени форми са провокация/взаимодействие с публиката, игра, дискусия с посетителите.

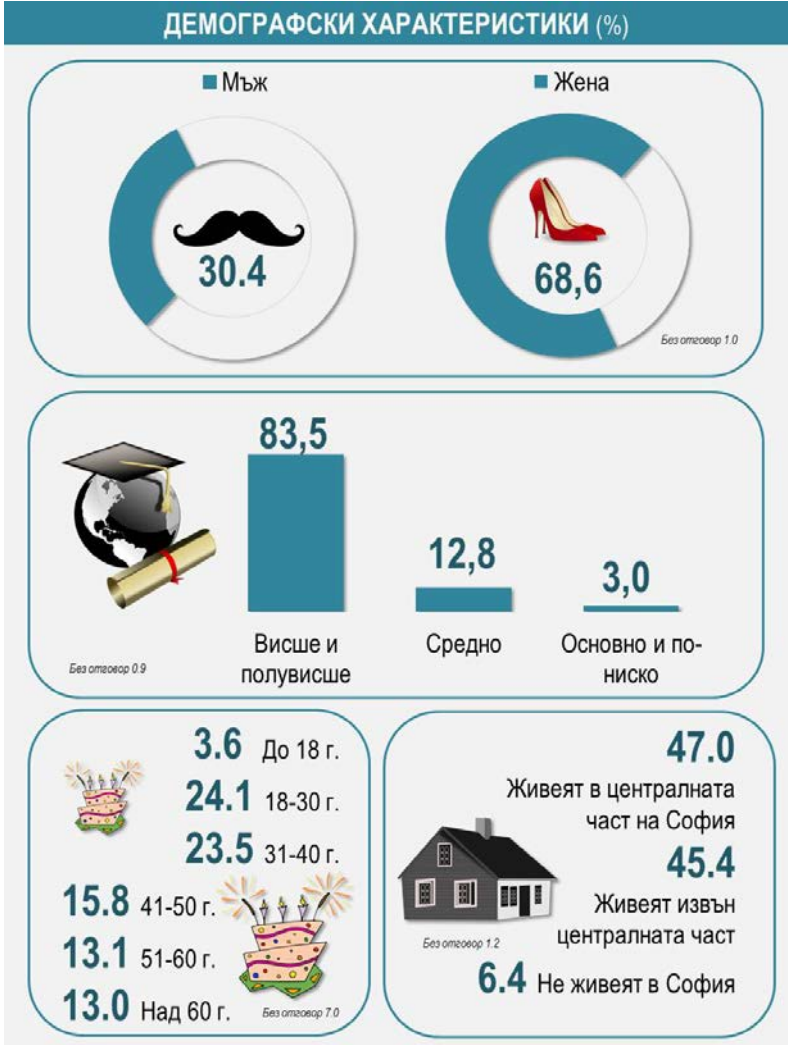
- **Мнозинството от посетените прояви са със смесен характер,**

предназначени за различни социални групи (83%). Сред таргетираните събития най-вече има такива, предназначени за деца (13%), едва 2% са проявите, предназначени за професионална гилдия.

- **Половината от проявите са с посещаемост до 100 души (51%),** но немалка част са с аудитория между 101-500 човека. Наблюдава се увеличение на дела на събитията, които надвишават 100 души (през 2018 г. делът им е бил 30%). Увеличава се и делът на събитията с над 1000 посетители (8% спрямо едва 2% през 2018 г.)
- В същото време, **на по-голяма част от събитията спрямо 2018 г. са регистрирани по-пълни зали** – изцяло запълнен е бил капацитетът им в 36% от случаите, докато през 2018 това са били 27%. Като цяло, при 55% от мониторираните прояви залата е била 2/3 или повече запълнена.



- **Профилът на посетителите се запазва спрямо миналите години** – преобладават жените (70%), високо образованите посетители – 84% са висшисти, а на възраст от 18 до 40 години са почти половината от анкетираните (48%).
- **Живеещите в и извън централните части на града са почти поравно разпределени** – с минимален превес на живеещите в централните градски части (47%) спрямо периферните райони на София (45%). Привлечените посетители, живеещи извън столицата, остават в рамките на 6%.
- По отношение на присъствалите на проявите специфични целеви групи, почти на всички от тях е имало възрастни хора (94%), в мнозинството от случаите са присъствали и студенти (84%), както и професионалисти от съответната сфера. В 41% от проявите е имало и хора с увреждания, което потвърждава необходимостта от по-добра адаптираност на залите за такива социални групи.



II. АНАЛИЗ НА РЕЗУЛТАТИТЕ В РАМКИТЕ НА СЪБИТИЯ ОТ ККССО

1. ЕВРОПЕЙСКИ МУЗИКАЛЕН ФЕСТИВАЛ





Фестивалът в обективни показатели

Деветнадесетото издание на фестивала е проведено в периода 21 март- 23 юни 2019 г. Събитията от фестивала са проведени на 6 различни локации в центъра на София. В програмата са включени 13 прояви – 8 концерта, 2 изложби, майсторски клас, музикално-танцов спектакъл и връчване на награди „Златно перо“.

Повечето от проявите са реализирани преди началото на мониторинга, поради което в него попадат 2 концерта, състояли се на две локации в центъра – зала „България“ и Зала 1 на НДК. Всички събития са на закрито.

В една от двете прояви има международно участие, в другата участниците са изцяло български. Сред публиката и в двата случая са присъствали и чуждестранни посетители. По отношение на специфичните целеви групи, анкетаторските екипи са регистрирали деца (в една от проявите), ученици (една от проявите), хора с увреждания (една от проявите), студенти (в една от проявите), а и при двата концерта се наблюдава присъствието на възрастни хора.

Само една от посетените прояви е била адаптирана за чуждестранна публика – наличие на плакат/анонс на английски език.

В двата случая пространството, в което се е провела проявата, не е било адаптирано за хора с физически увреждания.

Посетените прояви не са имали елементи на взаимодействие с публиката.

На един от посетените концерти са присъствали между 101-500 души с повече от 2/3 запълнен капацитет на залата, а на втория - над 2000 души с около 2/3 запълнена зала. Всички посетени прояви са били със смесен характер и платен достъп.

Реализираните анкети с посетители са 24.



Оценка на публиките за фестивала

Анкетиранияте посетители са много високо удовлетворени от фестивала – средната оценка за цялостна удовлетвореност е 9,33 по десетобална скала от 1 до 10.

Проявите привличат нова публика – над половината - 13 от 24 души, за първи път посещават фестивала, докато 11 са традиционни посетители.

Локацията и времето на провеждане на събитията са определени като достъпни от мнозинството от посетителите, само трима не са могли да преценят.

Цената на билетите за посещение е определена като по-скоро достъпна – 6,6 по десетобална скала от 1 до 10.

Три са основните информационни източници за събитията: реклама по телевизия/радио (46%), следвани от социалните мрежи (29%), приятели/познати (25%). Макар по-слабо, посетителите на фестивала са се информирали и от други канали като - плакат/брошура (12%), реклама в сайта на организацията, която го провежда (8%). Най-слабо ползваните канали са телевизията в метрото и билбордовете.

Като социално-демографски профил посетителите са с доминация на женската публика (75% спрямо 25% в полза на жените). Около 1/2 са възрастни над 60 години (46%), а представителите на възраст между 41-50 години са 1/5 от анкетираните посетители. Най-малък дял имат посетителите между 31-40 години (13%). Респондентите са високо образовани – 88% висшисти. Живеещите в центъра доминират (2/3) над посетителите живеещи в периферни квартали (1/3).



Медийни отзиви за фестивала

За фестивала са предоставени общо 352 публикации, от които подходящи за обработка и анализ са 320. Мнозинството от тях (82%) са поместени в интернет сайтове, останалата част са разпределени съответно в печатни издания – ежедневни вестници (5%), радио (4%), телевизионни предавания (4%), социални мрежи (4%). Преобладават специализираните издания за изкуство/култура (60%), като публикациите предимно предхождат началото на събитието (88%). Информационните материали представляват 78% от всички публикации, 13% са аналитичните статии, а интервютата с участник/организатор са 9% от общия обем на отзивите. Тонът на заглавията е неутрален в повечето случаи (65%), а в съдържателно отношение доминира положителното звучене (77%). Столична община като партньор на фестивала се споменава в значителна част от публикациите – 50%. Почти всички материали (99%) са на български език, само 1% са отзивите, отразени на английски език.

1. Анализ на концерт „TANGO & CAMPANELLA“

Проявата в обективни показатели

Събитието се е състояло на 30 май в 19:30 ч. в Зала „България“. В проявата няма участие на чуждестранни артисти. Сред публиката са присъствали представители на следните групи – хора с увреждания, възрастни хора и студенти. Събитието е било адаптирано за чуждестранна публика чрез плакат/анонс на английски език. Локацията не е имала условия за хора с физически увреждания. Аудиторията е била между 501-1000 души, като повече от 2/3 от капацитетът на пространството е бил запълнен. Проявата е била предназначена за всички възрасти. Входът за проявата е бил платен.

Реализираните анкети с публиката са 10.

Оценки на публиките за проявата

Аудиторията взела участие в анкетата е високо удовлетворена от събитието – средна оценка 9 от 10 по десетобалната скала.

Поравно е разпределено присъствието на традиционна, спрямо нова публика.

Мястото и времето на провеждане на събитието са определени като подходящи от всички анкетираните участници.

Цената на билета е определена като достъпна – 7 по десетобална скала от 1 до 10

Анкетираните са се информирали за събитието основно от реклама по телевизията/радиото (3 от тях) и приятели/познати (3 от тях). Застъпени са социални мрежи, плакат/брошура, Интернет и Гугъл.

Сред анкетираните има представители от 3 възрастови групи до 40 и до 50 годишни, като 1/2 от обхванатите са над 60 години – 5 души. 2/3 от анкетираните са жени. Петима от респондентите посочват, че живеят в центъра на столицата, останалите живеят извън централната част.

2. Анализ на концерт „Огнени струни“

Проявата в обективни показатели

Концертът се е състоял на 23 юни от 20 часа в Зала 1 на НДК. В проявата е имало участие на чуждестранни артисти. Сред публиката са присъствали – чуждестранни посетители, деца, ученици, хора с увреждания, възрастни хора. Събитието няма адаптация за чуждестранна публика. Локацията няма условия за хора с физически увреждания. Публиката е била между 2000 души, като 2/3 от капацитетът на залата е бил запълнен. Проявата е била предназначена за широк кръг публика. Входът за проявата е бил платен.

Реализираните анкети с публиката са 14.

Оценки на публиките за проявата

Аудиторията е високо удовлетворена от събитието – средна оценка 9 от 10 по десетобалната скала.

Над 2/3 от анкетираните посещават проявата за първи път. Мястото и времето на провеждане на събитието са определени като подходящи от почти всички анкетираните участници (само двама не са могли да преценят).

Цената на билета е определена като по-скоро достъпна – 6,27 по десетобална скала от 1 до 10

Анкетираните посетители са се информирали от реклама по телевизията/радиото (8 души), социални мрежи (5 от тях), приятели/познати (3 от тях). Застъпени, но в по-малка степен са реклама в сайта на организацията, плакат/ брошура. Най-малко са се информирали от билборд, телевизорна реклама в метрото и зала „България“.

2/3 от анкетираните са жени, като има представители от всички възрасти. От тях най-представени са възрастните над 60 години – 6 души, както и средните поколения – 3 души и до 60 годишните – 2 от тях. Почти всички са висшисти. Повече са анкетираните, които живеят в центъра на града – 10 лица, спрямо живеещите в периферни райони на столицата – 4 лица.

2. СВЕТОВЕН ТЕАТЪР В СОФИЯ



Фестивалът в обективни показатели

13-тото издание на платформата „Световен театър в София“ е проведено между 2-13 юни 2019 г. Събитията от фестивала са осъществени на 5 локации в центъра на София. В програмата са включени 7 спектакли, печелили престижни награди - 3 постановки, 2 танцово-театрални спектакъла и 2 театрални прожекции на артисти от Италия, Белгия, Русия, Франция, Великобритания, Гърция и Македония.

В рамките на мониторинга са обхванати 4 прояви - 2 театрални постановки, един танцово-театрален спектакъл и една прожекция, състояли се на 4 локации, а именно: Младежки театър „Николай Бинев“ (1 проява), Сатиричен театър (1 проява), Дом на киното (1 проява), Театър „Азарян“ (1 проява). Всички събития са на закрито.

В проявите има изразено международно участие – 3 от 4. Във всички посетени събития са отчетени и чуждестранни посетители. Анкетъорският екип е регистрирал представители на следните специфични целеви групи - деца (в 1 от проявите), а във всички случаи се наблюдава присъствието на възрастни хора, професионална гилдия и студенти – 4 от 4 случая.

Всички събития са били адаптирани за чуждестранна публика поне по един от следните начини: наличие на плакат/анонс на английски език (4 от 4 прояви), субтитри (2 прояви).

В 3 от 4 случая пространството, в което се е провело събитието, не е било адаптирано за хора с физически увреждания.

Събитията не са имали елементи на взаимодействие с публиката.

Всички прояви са били с аудитория между 101 – 500 души. Капацитетът на пространствата е почти запълнен в 2 от 4 прояви, повече от 2/3 (1 случай) и около 1/2 (1 случай). Всички посетени събития са били със смесен характер и платен достъп.

Реализираните анкети с посетители са 53.



Оценки на публиките за фестивала

Обхванатите в мониторинга посетители са по-скоро удовлетворени от събитията – средната оценка по този показател 7,08 по десетобална скала от 1 до 10.

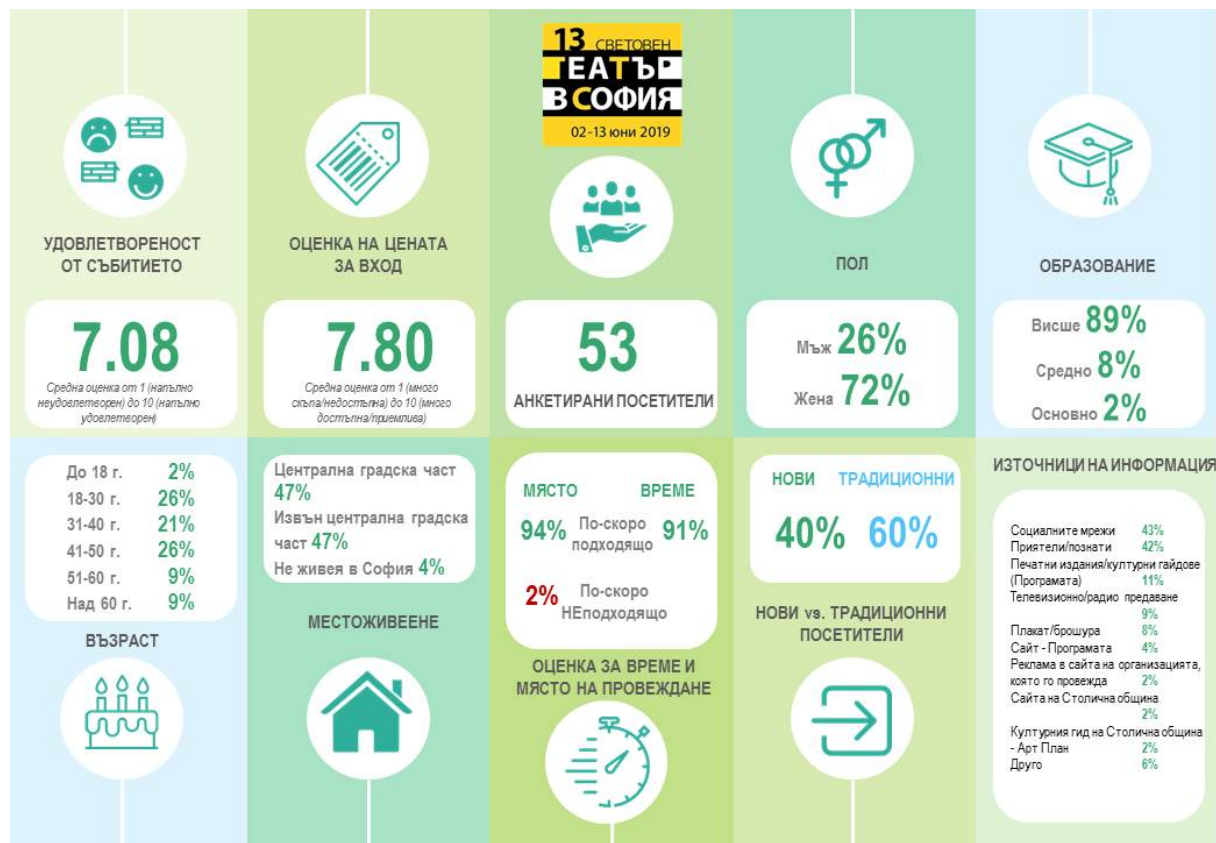
Фестивалът в голяма степен привлича традиционна публика – 60% са присъствали и на предишни издания, докато над 1/3 са новите посетители.

Локацията и времето на провеждане на събитията са определени като подходящи от мнозинството от посетителите.

Цената на билета за посещение е определена като достъпна – 7,8 по десетобална скала от 1 до 10.

Респондентите са се информирали за събитията от различни източници, като в най-голяма степен са застъпени социални мрежи (43%) и неформални кръгове от приятели и познати (39%). Сред споменатите информационни канали са печатни издания/културни гайдове (Програмата) - 11% и телевизионно/радио предаване (9%). Най-малко са се информирали от плакат/брошура реклама в сайта на организаторите, сайта на СО, билбордове, културен гид на Столична община-Арт План.

Обхванатите в мониторинга посетители са преобладаващо жени - 72% спрямо 26% мъже. Предимно са представители на младите между 18-30г. (26%), 31 - 40 годишни (21%) и средни поколения до 50 годишни (26%). Мнозинството са високообразовани – 85%. Съотношението е поравно разпределено между живеещите в централните части на столицата и нейната периферия.





Медийни отзиви за фестивала

За фестивала са обработени и анализирани 80 медийни отзива. Доминират интернет публикациите (86%), следвани от телевизионните (10%) и радио (4%) отразяванията. Малко над половината от публикациите са поместени в специализирани издания за изкуство/култура (55%), останалата част (45%) са масови медии. Преобладават материалите, предхождащи началото на фестивала (90%), като в мнозинството от случаите имат информативен характер (60%). Приблизително $\frac{1}{4}$ са аналитичните публикации (26%), а в 14% от случаите това са интервюта с участници/организатори. Тонът на заглавията е предимно неутрален (88%), докато в съдържателно отношение силен превес имат положително звучащите отзиви (90%). Столична община като финансиращ партньор на събитието се споменава в малко над $\frac{1}{3}$ от случаите. Всички обработени публикации са на български език.

1. Анализ на театрален спектакъл „Макбет“

Проявата в обективни показатели

Спектакълът „Макбет“ се е състоял на 2 юни от 20 часа в Младежки театър „Николай Бинев“. Освен сред участниците, сред публиката също е имало чуждестранни гости, както на представители на целевите групи – деца, възрастни, професионална гилдия и студенти. Събитието е било адаптирано за английска публика, чрез плакат/анонс на английски език и субтитри. Проявата е със смесен характер и е достъпна за всякакви социални групи. По данни на анкеторския екип публиката е била между 101-500 души и пространството е било запълнено. Достъпът до проявата е платен.

Реализираните анкети с публиката са 10.

Оценки на публиките за проявата

Анкетираните участници оценяват високо проявата – средна оценка 9,1 по десетобалната скала от 1 до 10.

Отчетено е преобладаващо присъствие на нова публика – 9, спрямо един, който посещава проявата за първи .

Мястото и времето на провеждане единодушно са определени като напълно подходящи от анкетиранияте.

Цената на билета е определена като достъпна – 9,33 по десетобална скала от 1 до 10

Основен информационен източник за събитието са социални мрежи (6 души). На второ място са се информирали от приятели и познати (3 от тях) и сайт на СО – един от посетителите.

Преобладават младите до 40 години и (3 души), като има и представители на средните поколения до 50 (3 души). Предимно жени – 8 от анкетиранияте. Преобладават хората с висше образование - 8 души. Повече са анкетиранияте, които живеят извън центъра на града – 5 лица, спрямо живеещите в периферни райони на столицата – 4 лица.

2. Анализ на постановката „Щедростта на Тавита“

Проявата в обективни показатели

Постановката е проведена на 6 юни от 19:30 ч. в Сатиричен театър. Както сред участниците, така и сред публиката са регистрирани чуждестранни посетители, както и възрастни, професионална гилдия и студенти. Събитието е било подходящо за чуждестранна публика, като е имало наличие на плакат/анонс на английски език. Характерът на проявата е от смесен тип. Локацията е била достъпна за хора с увреждания. Публиката е бива между 101-500 души, като нейният конкретен брой е бил 350. По данни на анкетъорския екип повече от 2/3 от залата е била запълнена. Достъпът до проявата е платен.

Реализираните анкети с публиката са 16.

Оценки на публиките за проявата

Участниците в анкетата са по-скоро удовлетворени от проявата – средна оценка за степен на удовлетвореност 6,43 по десетобалната скала от 1 до 10.

Отчетено е преобладаващо присъствие на традиционна публика – 63%, спрямо новите посетители.

Мястото и времето на провеждане е определено като подходящо от мнозинството от анкетираниите.

Цената на билета е определени като достъпна – 6,36 по десетобална скала от 1 до 10

Посетителите са се информирали от 2 основни източника - социални мрежи (44%), приятели/познати (44%). Застъпени са сайт на „Програмата“ (12%), печатни издания/културни гайдове „Програмата“, телевизионно/радио предаване, плакат/брошура и покана от организатора.

Профилът на анкетираниите посетители в рамките на събитието е доминиращо женски (69%), с представители на различни възрастови групи, като най-голяма е концентрацията в групите на 18-30 годишните до 40 и до 50 годишните. Всички са висшисти. 1/2 споменават, че живеят извън централната част. Двама от посетителите не живеят в София.

3. Анализ на филма „Онегин“

Проявата в обективни показатели

Събитието е проведено на 8 юни от 19 часа в Дом на киното. Сред участниците не е имало чуждестранни участници. Отчетени са следните специфични групи сред публиката – чужденци, възрастни хора, професионална гилдия и студенти. Събитието е имало налични плакат/анонс на английски език и субтитри. Характерът на проявата е от смесен тип. Локацията не е била достъпна за хора с увреждания. Конкретният размер на публиката е бил 500 души, а залата е била запълнена. Достъпът до проявата е платен.

Реализираните анкети с посетители са 12.

Оценки на публиките за проявата

Участниците в анкетата са удовлетворени от прожекцията – средна оценка 6,92 по десетобалната скала от 1 до 10.

Над 2/3 от анкетираните посещават изданието традиционно – 9 души.

Локацията и времето на провеждане са определени от анкетираните, като по-скоро достъпни. Локацията не е била подходяща за един от посетителите.

Цената на билета е определена като достъпна – 6,64 по десетобална скала от 1 до 10

Посетителите са се информирали за събитието чрез три източника – социални мрежи, печатни издания/културни гайдове (Програмата) и приятели/познати. Застъпени са телевизионно/ радио предаване, плакат/брошура, културен гид на СО – Арт План, от роднина и професионален интерес.

Профилът на анкетираните посетители в рамките на събитието е преобладаващо женски (9), с представители на различни възрастови групи, като най-голяма е концентрацията в групите на възрастните над 60 години, на средната възраст 41-50 г. и младите представители до 30 г. (само 1 от анкетираните е на възраст до 18 години). Мнозинството са с висше/полувисше образование, само един от тях е с основно или по-ниско образование. Малко по-голям е броят на живеещите извън централната част на София - 7, спрямо живеещите в центъра на града - 5.

4. Анализ на танцов спектакъл „Глухарче“

Проявата в обективни показатели

Събитието се е провело на 12 юни между 19:00-20:00 часа в театър „Азарян“. Сред участниците е имало чуждестранни участници, както и сред представителите на публиката. Отчетени са следните специфични групи – възрастни хора, професионална гилдия и студенти. По данни на анкетаторския екип събитието е имало налични плакат/анонс на английски език. Характерът на проявата е от смесен тип. Локацията не е била осигурена за хора с увреждания. Конкретният размер на публиката е бил 200 души, а залата е била запълнена около 1/2. Достъпът до проявата е платен.

Реализираните анкети с посетители са 15.

Оценки на публиките за проявата

Участниците в анкетата са по-скоро удовлетворени от спектакъла – средна оценка 6,47 по десетобалната скала от 1 до 10.

Отчетено е преобладаващо присъствие на традиционна публика – 90%, спрямо новите посетители.

Локацията и времето на провеждане са определени от анкетираните, като по-скоро подходящи.

Цената на билета е определена като достъпна – 9,07 по десетобална скала от 1 до 10

Посетителите са се информирали за събитието най-вече от приятели и познати (47%). Второстепенно застъпени са социални мрежи (33%), телевизионно/радио предаване (20%). Най-малко са споменати плакат/брошура (13%), печатни издания/културни гайдове (Програмата) и реклама в сайта на организацията, която го провежда.

Профилът на анкетираниите посетители в рамките на събитието е преобладаващо женски (67%), с представители на различни възрастови групи, като най-голяма е концентрацията при младите представители до 30 г. (40%), а след това при средните поколения между 41-50 годишните (33%) и на трето място при младите до 40 години (20%). Мнозинството са с висше/полувисше образование (80%), трима от тях са със средно образование. 2/3 от респондентите взели участие в анкетата живеят в централната част на София (10 души), спрямо живеещите в центъра на града – 5 лица.

3. СОФИЙСКИ МУЗИКАЛНИ СЕДМИЦИ



Фестивалът в обективни показатели

През 2019 г. в периода 23 май до 10 юли е проведено 50-тото юбилейно издание на международния фестивал Софийски музикални седмици. Тази година в програмата на музикалния форум са представени над 60 прояви, като 52 от тях са концерти в основната програма. Участници са над 340 български и чуждестранни артисти от общо 22 държави. Концертите са проведени в 4 локации – Зала „България“, концертна зала НМА, Софийска градска художествена галерия и зала БИАД.

В мониторинга са обхванати 6 събития – 5 концерта и едно връчване на награди - 1. Концертите са представени в 2 локации в центъра на София: зала „България“, концертна зала на НМА. Всички прояви са проведени на закрито.

В посетените прояви има 3 с международно участие. Регистрирани са представители на следните специфични целеви групи – чуждестранна публика (на 5 прояви), деца (на 4 прояви), хора с увреждания (на 3 прояви), професионална гилдия (на 4 прояви), а най-често се срещат ученици, възрастни и студенти – на 6 от 6 прояви.

Само една от концертните прояви е била адаптирана за чуждестранна публика – наличие на симултанен превод.

Пространството е било адаптирано за хора с физически увреждания при 5 от 6 случая.

Не е имало елементи на взаимодействие с публиката по време на обхванатите проявите.

Четири от концертите са били с аудитория между 101 – 500 души, от 501-1000 (1 събитие) и от 51-100 души (1 събитие). Капацитетът на пространствата е почти

запълнен (в 2 случая), около 1/2 (2 случая) и около 1/3 (2 случая). Всички събитията са били със смесен характер и достъпът до тях е бил платен.

Реализирани са общо 75 анкети с посетители.



Оценки на публиките за фестивала

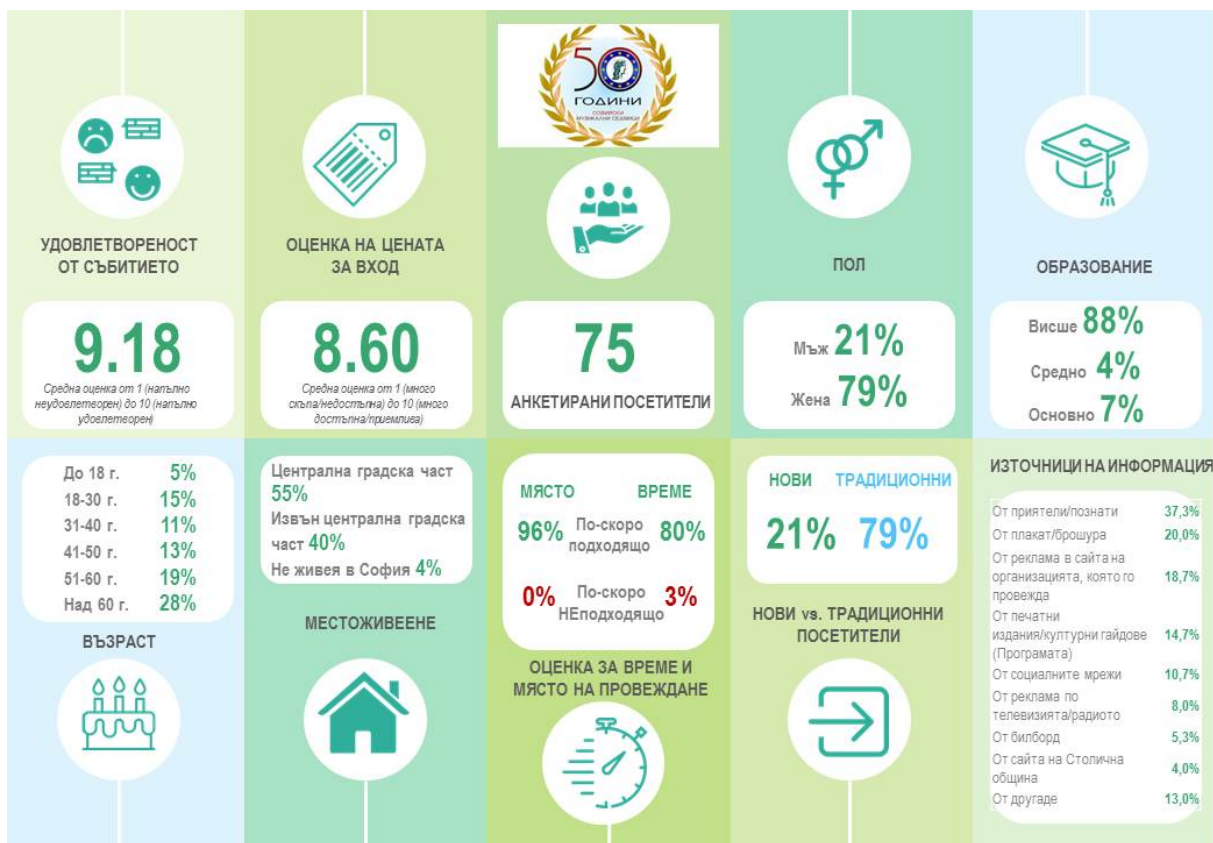
Цялостната удовлетвореност от посетителите прояви е много висока – средно 9,18 по десетобалната скала. Над 2/3 от анкетираните са традиционни посетители на фестивала (79% са го посещавали и в предишни негови издания), спрямо 21 %, които го посещават за първи път.

Локацията и времето на провеждане е по-скоро подходяща за мнозинството респонденти.

Цената на билета за посещение е определена като достъпна – 8,6 по скала от 1 до 10.

Аудиторията се е информирала за проведените концерти в най-голяма степен от неформални канали – приятели и познати (37%), а също от плакати/брошури (20%), сайта на организаторите (18%), печатни издания (Програмата) – 15 %, социалните мрежи – 11%. Най-малко застъпени са реклама по телевизия/радио, билборд, сайт на СО, телевизионно/радио предаване, културен гид на СО – Арт План и други източници – плакат в зала „България“ и сайт на Софийска филхармония.

Обхванатите в мониторинга посетители са преобладаващо жени - 79%. Има представители на всички възрастови групи, като най-изразено е присъствието на възрастните над 60 години (28%), най-младите до 30 години (15%), а до 18 годишни са едва 5% от анкетираните. Мнозинството са високообразовани – 85%. Над ½ са живеещите в централните части на столицата (55%), спрямо респондентите от нейните периферни райони – 40%. Извън София живеят само трима от анкетираните.



Медийни отзиви за фестивала

Медийните публикации за фестивала не са налични към момента на изготвяне на доклада.

1. Анализ на рецитал на Атанас Кръстев-виолончело и Виктория Василенко- пиано“

Проявата в обективни показатели

Концертът се е състоял на 4 юни в 19 часа извън центъра в камерна зала „България“. Сред публиката е имало представители на следните групи - чужденци, ученици, възрастни хора, професионална гилдия и студенти. Проявата не е била адаптирана за чуждоезична публика. Локацията е имала съоръжения за хора с физически увреждания. Аудиторията е била между 101-500 души, като капацитетът на пространството е бил запълнен. Проявата е била предназначена за всички възрасти. Входът за проявата е платен.

Реализираните анкети с посетители са 12.

Оценки на публиките за проявата

Средната оценка за цялостна удовлетвореност на анкетираните посетители е 8,92 по десетобална скала от 1 до 10.

Над 2/3 е традиционната публика присъствала и на предишни издания, като 2 души са посетили проявата за първи път.

И локацията, и времето на провеждане на събитието са определени като подходящи от почти всички участници в анкетата.

Цената на билета е определена като достъпна – 9 по десетобална скала от 1 до 10.

Анкетираната аудитория се е информирала за събитието основно от три източника: плакат/брошура, социални мрежи и приятели /познати. В по-малка степен са застъпени печатни издания/културни гайдове, реклама в сайта на организацията, която го провежда, телевизионно/радио предаване и сайта на Столична община.

Преобладава предимно женското присъствие – над 2/3 от анкетираните. Във възрастово отношение се наблюдава концентрация на хора около 50 и 60 годишните, които съставляват 1/2 от анкетираната аудитория. Мнозинството са висшисти. Поравно са разпределени респондентите живеещи в периферни райони на София, спрямо живеещите в центъра.

2. Анализ на концерт „Вариации“ – Софийска филхармония със солист Пейджун Шу – виола (Китай), диригент Павел Балев.

Проявата в обективни показатели

Концертът се е състоял на 6 юни от 19 ч. в зала „България“. Сред участниците е имало представители от чужбина. В публиката са присъствали – деца, ученици, възрастни хора, професионална гилдия и студенти. Проявата не е била адаптирана за чуждестранна публика. Локацията е имала съоръжения за хора с физически увреждания. Аудиторията е била между 101-500 души. Около 1/2 от капацитетът на залата е бил запълнен. Проявата е била със смесен характер. Входът за събитието е платен.

Реализираните анкети с посетители са 15.

Оценки на публиките за проявата

Участниците в анкетата са високо удовлетворени от проявата – средна оценка за степен на удовлетвореност 8,79 по десетобалната скала от 1 до 10.

Над 2/3 са редовни посетители на изданието – 12 души, само трима го посещават за първи път. Мястото и времето на провеждане са определени като подходящо от анкетираните.

Цената на билета е определена като достъпна – 7,54 по десетобална скала от 1 до 10

Посетителите са се информирали от три основни източника - приятели/познати, реклама в сайта на организацията, която го провежда, плакат/брошура. Второстепенно застъпени са печатни издания/ културни гайдове, билборд и сайт на Софийска филхармония.

Профилът на анкетираните посетители е доминиращо женски – 10 от тях. Има представители на различни възрастови групи, като най-голяма е концентрацията в групите 51-60 и над 60 годишните. Само трима от респондентите са до 18г.

Мнозинството от анкетираните посетители са висшисти, като 3 души са с образование по-ниско от средното. Над 1/2 от респондентите живеят в центъра на града, спрямо живеещите в периферни квартали. Един е посочил, че живее извън София.

3. Анализ на концерт „Огледала-Барокът среща съвременността“

Проявата в обективни показатели

Концертът се е състоял на 7 юни от 19 ч. в зала „България“. Сред участниците е имало представители от чужбина. В публиката са присъствали – чужденци, ученици, хора с увреждания, възрастни хора и студенти. Проявата не е била адаптирана за чуждестранна публика. Локацията е имала съоръжения за хора с физически увреждания. Аудиторията е била между 51-100 души. Около 1/3 от капацитетът на залата е бил запълнен. Проявата е била от смесен тип. Входът за събитието е бил платен.

Реализираните анкети с посетители са 9.

Оценки на публиките за проявата

Участниците в анкетата са високо удовлетворени от проявата – средна оценка за степен на удовлетвореност 9 от 10 по десетобалната скала.

Традиционната публика – 6 души, спрямо трима, които посещават изданието за първи път. Мястото и времето на провеждане са определени като подходящи от анкетираните. Само един от тях не е могъл да прецени дали това е така.

Цената на билета е определена като достъпна – 7,86 по десетобална скала от 1 до 10

Посетителите са се информирали основно от приятели и познати. Второстепенно застъпени са сайт на СО, плакат/брошура, зала „България“. Най-малко са се информирали от реклама по телевизията/радиото, културен гайд на СО – Арт План и билборд.

Анкетираните посетители са предимно жени – 6 души. Има представители на различни възрастови групи, като най-голяма е концентрацията в групите 51-60, 31-40 и над 60 годишните. Всички анкетирани са с висше/полувисше образование. 1/2 от респондентите живеят в центъра на града, спрямо живеещите в периферни квартали.

4. Анализ на концерт на симфоничен оркестър на БНР – посветен на Георги Бадев

Проявата в обективни показатели

Събитието се е състояло на 10 юни от 19 ч. в зала „България“. Сред участниците не е имало представители от чужбина. В публиката са присъствали – чуждестранни посетители, деца, ученици, хора с увреждания, възрастни хора, професионална гилдия и студенти. Проявата не е била адаптирана за чуждестранна публика. Локацията е била подходяща за хора с физически увреждания. Аудиторията е била между 501-1000 души, като залата е била запълнена. Проявата е от смесен тип. Входът за събитието е бил платен.

Реализираните анкети с посетители са 13.

Оценки на публиките за проявата

Анкетираните изразяват висока оценка за събитието – средна оценка 9,69 от 10.

Обхванатата в анкетата публика е изцяло традиционна. Локацията и времето на провеждане са определени като подходящи от почти всички анкетиранни.

Цената на билета е определена като достъпна – 9,4 по десетобална скала от 1 до 10

Респондентите са разбрали за събитието – от печатни издания/ културни гайдове, реклама в сайта на организацията, която го провежда, реклама по телевизията/радиото, приятели и познати. В най-малка степен са се информирали от телевизионно/радио предаване и социални мрежи.

Почти всички в анкетата са жени, хора от всички възрасти, но с концентрация при възрастните между 60 и над 60 години, които формират над 1/2 от извадката за събитието. Почти всички са висшисти, само един е със средно образование. Шест от анкетираните живеят в центъра, спрямо двама респонденти от периферни части на града. Един от анкетираните живее в друг град.

5. Анализ на рецитал „Органова палитра“ – Янка Хекимова

Проявата в обективни показатели

Рециталът се е състоял на 15 юни от 19 ч. в зала „България“. Сред участниците не е имало международно участие. В публиката са присъствали – чуждестранни посетители, деца, ученици, хора с увреждания, възрастни хора и студенти. Проявата не е била адаптирана за чуждестранна публика. Локацията е била подходяща за хора с физически увреждания. Броят на публиката е бил между 101-500 души, като залата е била запълнена на около 1/3. Проявата е от смесен тип. Входът за събитието е бил платен.

Реализираните анкети с посетители са 11.

Оценки на публиките за проявата

Анкетираните изразяват висока оценка за събитието – средна оценка 9 от 10.

2/3 от анкетираната публика е предимно традиционна. Локацията е определена от всички респонденти като подходяща. 7 души са удовлетворени от времето на провеждане на събитието, спрямо един от тях, който го определя като неподходящо.

Цената на билета е определена като достъпна – 9 по десетобална скала от 1 до 10

2/3 от респондентите са разбрали за събитието от неформални кръгове – приятели/познати. Застъпени са плакат/брошура, печатни издания/културни гайдове, реклама в сайта на организацията, която го провежда и социални мрежи.

Почти всички в анкетата са жени – 8 души, хора от всички възрасти, но най-много в групата над 60 годишните. Всички са високообразовани. Шест от анкетираните живеят в центъра, спрямо 5 респондента от периферни района на града.

6. Анализ на концерт „Премиери“ на камерен ансамбъл „Софийски солисти“

Проявата в обективни показатели

Концертът се е провел на 30 юни от 19 ч. в зала „България“. Сред участниците, както и сред публиката е имало чужденци. Регистрирани са следните специфични групи – деца, ученици, възрастни хора, професионална гилдия и студенти. Проявата е била адаптирана за чуждестранна публика – наличие на симултанен превод. Мястото е било подходящо за хора с физически увреждания. Публиката е бил между 101-500 души, като около 1/2 от залата е била запълнена. Проявата е от смесен тип. Достъпът до събитието е бил платен.

Реализираните анкети с посетители са 15.

Оценки на публиките за проявата

Анкетираните изразяват висока оценка за събитието – средна оценка 9,57 от 10.

Анкетираната публика е предимно традиционна – 11 от 15 души. Локацията и времето на провеждане на събитието са определени от мнозинството като подходящи. Само един определя времето на провеждане като неподходящо.

Цената на билета е определена като достъпна – 9 по десетобална скала от 1 до 10

Респондентите са разбрали за събитието от различни източници, най-вече от приятели/познати. Застъпени са реклама в сайта на организацията, която го провежда, плакат/брошура, печатни издания/културни гайдове, социални мрежи. Най-малко използвани са реклама по телевизията/радиото, билборд и културен гид на Столична община – Арт План.

Всички в анкетата са жени, на всякакви възрасти, но предимно концентрирани при най-възрастните над 60 години (под 18 г. са двама). Мнозинството са високообразовани.

По-голямата част от обхванатите в анкетата живеят в централни части на София – 8 от тях, спрямо 3 респондента от периферни района на града.

4. ОПЕРА В ПАРКА



Фестивалът в обективни показатели

Десетото юбилейно издание на „Опера в парка“ е проведено от 21 юни до 14 юли 2019 г. Събитията от фестивала са осъществени в парка на Военната академия „Г. С. Раковски“ в центъра на София. В програмата са включени общо 12 прояви, шест от които в четири жанра: 1 опера, 2 балета, 2 концерта и 1 мюзикъл, както и 6 детски опери за най-малката аудитория.

В мониторинга са обхванати 3 събития - оперен гала концерт, опера и детски спектакъл.

В проявите няма международно участие. Отчетени са представители на следните специфични целеви групи – чуждестранни посетители (на една от проявите), деца (на 3 от 3 прояви), ученици (на 2 от проявите), хора с увреждания (на една от проявите), възрастни хора (на 3 от 3 прояви), професионална гилдия (една проява) и студенти – на 1 от 3 прояви. Всички събития са били на открито.

Част от спектаклите са били адаптирани за чуждестранна публика поне по един от следните начини: наличие на плакат/анонс на английски език (1 от 3 случая), субтитри (1 от 3 случая). Една от 3 прояви не е била адаптирана за чуждестранна публика.

Само в 1 от трите прояви има елементи на взаимодействие с публиката - песни и танци на сцена с деца от публиката.

По-голямата част от спектаклите са били с публика между 101- 500 души (2 от тях), в 1 случай е била между 51 и 100. Капацитетът на пространствата е бил запълнен изцяло на 2 от 3 прояви, на 1 – около 2/3.

Две от събитията са били със смесен характер, едно е било предназначено за деца. Достъпът до спектаклите е бил платен.

Реализираните анкети с посетители са 42.



Оценки на публиките за фестивала

Респондентите са много високо удовлетворени от събитията – средна оценка 9,3 за цялостна удовлетвореност по десетобална скала от 1 до 10.

Фестивалът привлича нова публика – 62% за първи път посещават събитие от него, докато 1/3 са традиционна аудитория.

И локациите, и времето на провеждане на проявите са определени като достъпни от мнозинството от посетителите. Само един респондент е заявил, че локацията е по-скоро неподходяща.

Цената на билета за посещение е определена като достъпна – 8,8 по десетобална скала от 1 до 10.

Посетителите са се информирали основно от три източника – реклама в сайта на организацията, която провежда фестивала (36%), приятели/печатни (27%) и социални мрежи (21%). По-слабо застъпени са: сайта на СО (10%), плакат/брошура (10%). Най-малко са се информирали от следните канали – билборд, реклама по телевизия/радио, телевизионно/радио предаване, културен гид на СО – Арт План, тв реклама в метрото.

Социално-демографският профил на посетителите е предимно женски (81%), най-вече представителите на средна възраст 41-50 г. (31%) и до 60 годишните (24%), като над 60 г. са 17%. Най-малката група са младите до 30г. – 14% и в активна възраст до 40 годишни (10%). Традиционно за аудиторията на този фестивал силно доминират висшистите – 93%. Делът на живеещите в периферни части на града е по-голям – 48%, спрямо респондентите живеещи в центъра - 43%.



Медийни отзиви за фестивала

Предоставените от организаторите медийни отзиви за фестивала са 28, от които годни за обработка и анализ са 22. Преобладават материалите от интернет сайтове (14 броя), съответно отразяванията във вестници-ежедневници и седмични списания са 7 и 1 брой. Масовите издания са в съотношение приблизително 3:1 спрямо специализираните такива за изкуство/култура (16:6). Почти всички материали имат информационен характер (19 случая) и предхождат началото на фестивала (20 случая). Тонът на заглавията е предимно неутрален (16 публикации), а в съдържателно отношение доминират положителните отзиви (14 случая), като отсъстват негативно звучащи материали. Столична община като партньор на събитието се споменава в малко под половината публикации (9 от 22). Всички материали са публикувани на български език.

1. Анализ на откриване с оперен гала концерт - Десет години „Опера в парка“

Проявата в обективни показатели

Откриването на фестивала се е състояло на 21 юни в 20 часа на открито в парка на Военна академия „Г. С. Раковски“. Сред участниците не е имало представители от чужбина. В публиката са присъствали чуждестранни посетители, деца, ученици, възрастни хора, професионална гилдия и студенти. Проявата е била адаптирана за

чуждоезична публика чрез плакат/анонс на английски език. Аудиторията е била между 101-500 души, като капацитетът на пространството е било запълнен около 2/3. Проявата е била предназначена за всички възрасти. Достъпът до проявата е бил платен.

Реализираните анкети с посетители са 21.

Оценки на публиките за проявата

Средната оценка за цялостна удовлетвореност на анкетираниите посетители е 9,57 по десетобална скала от 1 до 10.

76% от обхванатата публика посещава проявата за първи път.

И локацията, и времето на провеждане на събитието са определени като подходящи от почти всички участници в анкетата.

Цената на билета е определени като достъпна – 8,35 по десетобална скала от 1 до 10.

Анкетираната аудитория се е информирала за събитието основно от три източника - от реклама в сайта на организацията, която го провежда (33%), приятели и познати (33%) и социални мрежи (19%). По-малко застъпени са билборд, от реклама по телевизията/радиото, програма/сайт на Софийска опера и балет.

Преобладава предимно женското присъствие – 81% са жени. Във възрастово отношение се наблюдава концентрация на хора около 50 г. (43%) до 60 годишни (29%). Всички анкетирани са висшисти. 1/2 от респондентите живеят извън центъра на града, като 4 души са посочили, че живеят извън София.

2. Анализ на опера „Дон Паскуале“

Проявата в обективни показатели

Спектакълът се е състоял на 22 юни в 20 часа на открито в парка на Военна академия „Г. С. Раковски“. Сред участниците не е имало представители от чужбина. Регистрирани са следните специфични групи сред публиката - деца, възрастни хора, като е възможно на събитието да е имало представители на професионална гилдия, както и чужденци. Проявата е била адаптирана за публиката със субтитри. Локацията не е била подходяща за хора с увреждания. Аудиторията е била между 101-500 души, като капацитетът на пространството е било запълнен изцяло. Проявата е била предназначена за всички възрасти. Достъпът до проявата е бил платен.

Реализираните анкети с посетители са 11.

Оценки на публиките за проявата

Средната оценка за цялостна удовлетвореност на анкетираниите посетители е 9,11 по десетобална скала от 1 до 10.

1/2 от участниците в анкетата посещават проявата за първи път.

И локацията, и времето на провеждане на събитието са определени като подходящи от почти всички участници в анкетата. Само един определя локацията като неподходяща.

Цената на билета е определени като достъпна – 7,9 по десетобална скала от 1 до 10.

Анкетираната аудитория се е информирала за събитието предимно от реклама в сайта на организацията, която го провежда. На второ място са печатни издания/културни гайдове, сайт на СО, плакат/брошура, приятели/познати, сайт на Софийска опера и социални мрежи. Най-малко са се информирали от реклама по телевизията/радиото, телевизионно/радио предаване, културен гид на Столична община – Арт План, тв реклама в метрото и традиционно посещение.

Почти всички анкетираните са жени – 10 души, предимно възрастни между 60 и над 60 годишни, по-малко от средните поколения до 50 години. Почти всички са висшисти. Преобладават респондентите живеещите в центъра на града – 6 души.

3. Анализ на детски оперен спектакъл „Веселите малчугани“

Проявата в обективни показатели

Спектакълът се е провел на 3 юли в 11 часа на открита сцена в парка на Военна академия „Г. С. Раковски“. Сред участниците, както и сред публиката не е имало представители от чужбина. В публиката са присъствали следните групи - деца, ученици и възрастни хора. Проявата не е била адаптирана за чуждоезична публика. Локацията не е била подходяща за специфични групи с увреждания. На проявата е имало взаимодействие с публиката, като децата са се включили в песни и танци на сцената. Аудиторията е била между 51-100 души, като капацитетът на пространството е било запълнен. Проявата е била предназначена за деца. Входът за събитието е бил платен.

Реализираните анкети с посетители са 10.

Оценки на публиките за проявата

Средната оценка за цялостна удовлетвореност на анкетираните посетители е 8,9 по десетобална скала от 1 до 10.

Над половината посетители посещават проявата за поредна година – 6 от 10 души.

И локацията, и времето на провеждане на събитието са определени като подходящи от почти всички участници в анкетата.

Цената на билета е определени като достъпна – 7,63 по десетобална скала от 1 до 10.

Посетителите са разбрали за събитието от различни източници – реклама в сайта на организацията, която го провежда, социални мрежи, приятели/познати, сайт на СО, плакат/брошура и други източници.

Сред посетителите доминира предимно женското присъствие. Има представители на всички възрастови групи предимно млади и на средна възраст. Мнозинството са с висше/полувисше образование. Над половината живеят в центъра на града – 6 души.

5. СОФИЯ МОНО



Фестивалът в обективни показатели

Деветото издание на моноспектаклите „София Моно“ се е състояло от 1 до 9 юни 2019 г. Събитията от фестивала са проведени в парка и закритата сцена на Военна академия „Г. С. Раковски“ в центъра на София. В програмата са заложили основна програма (8 представления и 1 прожекция) и детска програма (6 представления).

В обхвата на мониторинга попадат 4 спектакъла – 2 събития от основната програма и 2 детски представления. В 3 от 4 случая проявите са проведени на закрито, една от тях е била на открито.

В проявите от фестивала няма международно участие. Регистрирани са представители на следните специфични целеви групи - деца (на 4 прояви), ученици (на 4 прояви), възрастни (на 3 прояви) и студенти – 2 от 4 прояви.

Представленията не са били адаптирани за чуждестранна публика в 3 от случаите.

Пространството, в което се е провели събитията, не е било адаптирано за хора с физически увреждания при 3 от 4 случая.

Две от посетените прояви имат интерактивни елементи под формата на провокация, която въвлича публиката във взаимодействие с участниците.

Две от представленията са били с публика между 101 – 500 души, от 51-100 (1 събитие) и до 50 души – 23 души (1 събитие). Капацитетът на пространствата е почти запълнен в 1 от 4 прояви, около 2/3 (1 от тях) и около 1/3 (1 от тях). Събитията са били със смесен характер при 2 от 4 прояви, а останалите представления са били предназначени за деца. Спектаклите от основната програма са с платен достъп, а събитията от детската програма със свободен достъп.

Реализираните анкети с посетители са 46.



Оценки на публиките за фестивала

Анкетираните посетители са високо удовлетворени от събитията – средната оценка по този показател 9,25 по скала от 1 до 10.

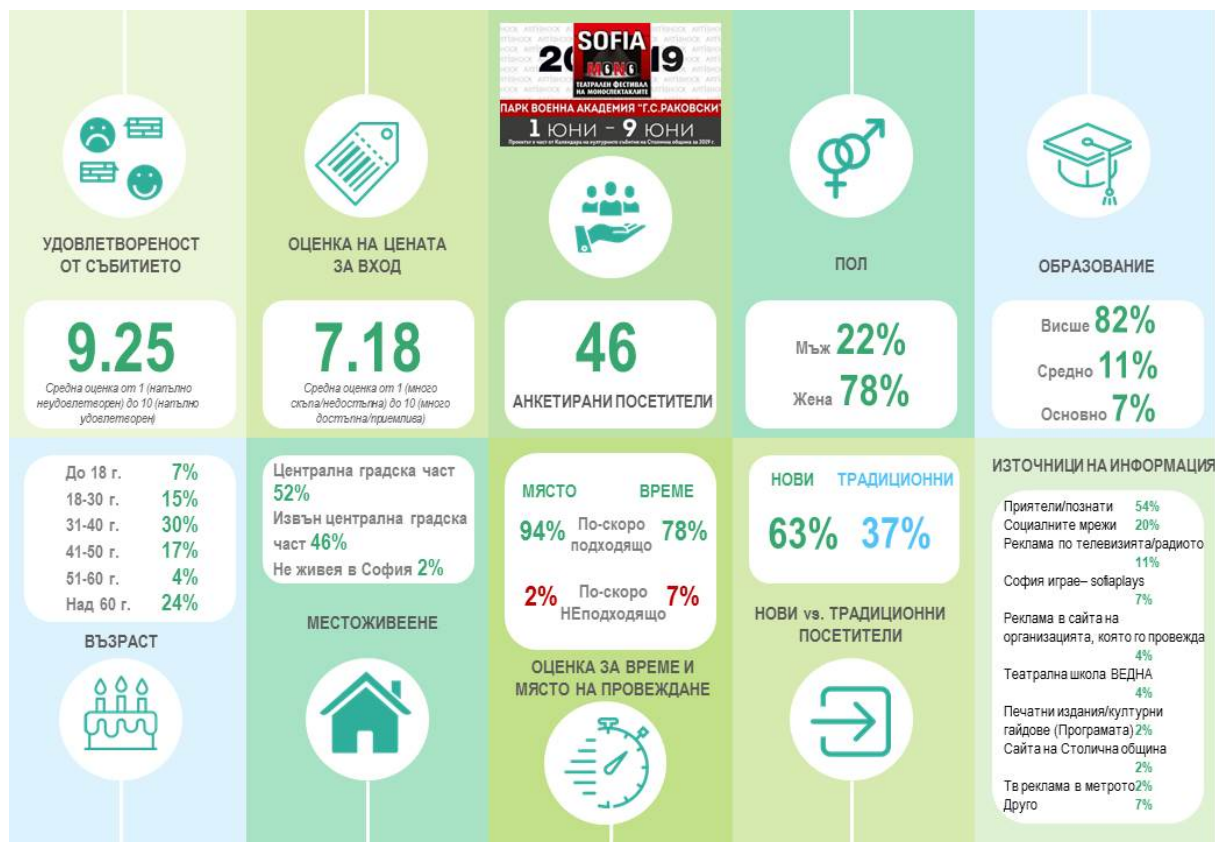
Около 2/3 от респондентите посещават събитията за първи път (63% от тях), спрямо 37% традиционна публика.

Локацията е по-скоро подходяща за мнозинството респонденти, но се отчитат колебания по отношение на времето на провеждане – 78% го смятат за подходящо, 7% го определят като по-скоро неподходящо, останалите не са могли да преценят.

Цената на билета за посещение е определена като достъпна – 7,18 по десетобална скала от 1 до 10.

Основен информационен източник са неформалните кръгове от приятели и познати (52%). На второ и трето място, но в по-малка степен са застъпени социалните мрежи 20% и реклама по телевизия/радио - 11%. Споменават се реклама в сайта на организацията, която провежда фестивала, други източници, печатни издания/културни гайдове (Програмата), сайт на Столична община и тв реклама в метрото.

Обхванатите в мониторинга посетители са преобладаващо жени - 78%, спрямо 22% мъже. Значителен дял са представители на младите в активна възраст между 31-40г. (30%), но и възрастни над 60г. (24%). Наблюдават се и представители на най-младите до 30 години (15%), а до 18 годишни са едва 7% от анкетираните. Мнозинството са високо образовани – 80%, а със средно образование са 11% от тях. По-голям е дялът на живеещите в централните части на столицата 52%, спрямо респондентите от нейните периферни райони – 48%.





Медийни отзиви за фестивала

Медийните публикации за фестивала не са налични към момента на изготвяне на доклада.

1. Анализ на театрална постановка „Променяне“

Проявата в обективни показатели

Събитието се е състояло на 1 юни от 21 ч. в закрыта сцена на Военна академия „Г.С. Раковски“. Сред участниците не е имало представители от чужбина. Сред публиката са присъствали деца, ученици, възрастни хора и студенти. Проявата не е била адаптирана за чуждестранна публика, както и за хора с физически увреждания. По време на постановката е имало провокация, която въвлича публиката във взаимодействие с участниците. Аудиторията е била между 101-500 души, като около 2/3 от капацитетът на залата е бил запълнен. Проявата е със смесен характер. Входът за събитието е бил платен.

Реализираните анкети с посетители са 18.

Оценки на публиките за проявата

Участниците в анкетата са високо удовлетворени от проявата – средна оценка за степен на удовлетвореност 9,41 по десетобалната скала от 1 до 10.

Около 2/3 от анкетираните посещават изданието за първи път – 11 души. Мястото и времето на провеждане на събитието са определени като подходящи от повечето анкетирани, като времето на провеждане е сметено за неподходящо от 4 души.

Цената на билета е определена като достъпна – 7,9 по десетобална скала от 1 до 10

1/2 от участниците в анкетата са се информирали за събитието от неформални канали - приятели/познати. Второстепенно застъпени са реклама по телевизията/радиото (22%) и социални мрежи (17%). Най-малко споменати са печатни издания/културни гайдове (Програмата), реклама в сайта на организацията, която го провежда, тв реклама в метрото.

Има представители на различни възрастови групи, като най-голяма е концентрацията в групите над 60 години (44%), до 50 годишните (22%), а млади между 31-40 г. (17%). Мнозинството от анкетираните посетители са висшисти, като 4 души са със средно образование. Над 1/2 от респондентите живеят в центъра на града, спрямо живеещите в периферни квартали. Сам един от анкетираните не живее в София.

2. Анализ на представление „Сън в лятна нощ“ на театрална школа „Ведна“

Проявата в обективни показатели

Събитието се е състояло на 2 юни от 13:30 ч. в закрыта сцена на Военна академия „Г.С. Раковски“. Сред участниците не е имало представители от чужбина. В публиката са присъствали – деца, ученици, възрастни хора. Проявата не е била адаптирана за чуждестранна публика. Локацията не е била подходяща за хора с физически увреждания. Аудиторията е била между 51-100 души, като около 1/3 от капацитетът на залата е бил запълнен. Проявата е предназначена за деца. Входът за събитието е бил свободен.

Реализираните анкети с посетители са 8.

Оценки на публиките за проявата

Аудиторията е максимално удовлетворена от проявата – 10 от 10 по десетобалната скала.

1/2 от респондентите посещават събитието за първи път. Мястото и времето на провеждане са определени като подходящи от всички респонденти.

1/3 от посетителите са разбрали за проявата от социални мрежи, приятели/познати, Sofia igrae-sofiarplays. Информирали са се и от театрална школа „Ведна“.

Всички участници в анкетата са жени с висше образование, като от тях над 2/3 са млади между 31-40 години. Най-много са респондентите живеещи извън центъра на града – 5 души, спрямо трима, които са заявили, че живеят в центъра на столицата.

3. Анализ на театрална постановка „Чамкория“

Проявата в обективни показатели

Събитието се е състояло на 9 юни от 21 ч. на открито в парка на Военна академия „Г.С. Раковски“. Сред участниците в спектакъла не е имало представители от чужбина. Публиката се е състояла от деца, ученици, възрастни хора и студенти. Проявата не е била адаптирана за чуждестранна публика, както и за хора с физически увреждания. Аудиторията е била между 101-500 души, като около 2/3 от капацитетът на пространството е бил запълнен. Проявата е била със смесен характер. Входът за събитието е бил платен.

Реализираните анкети с посетители са 15.

Оценки на публиките за проявата

Участниците в анкетата са много удовлетворени от проявата – средна оценка за степен на удовлетвореност 8,36 по десетобалната скала от 1 до 10.

2/3 от анкетираните посещават изданието за първи път. Мястото и времето на провеждане на събитието са определени като подходящи от повечето анкетирани. Времето на провеждане е сметено за неподходящо от 1 посетител, а четирима не са могли да преценят дали локацията и времето са подходящи.

Цената на билета е определена като сравнително достъпна – 5,9 по десетобална скала от 1 до 10

Участниците в анкетата са се информирали за събитието от неформални канали - приятели/познати - 11 души. Най-малко споменати са реклама по телевизията/радиото, реклама в сайта на организацията, която го провежда, от сайта на Столична община, социални мрежи и случайно посещение.

Сред анкетираните доминира женското присъствие – 9 души, като има представители от всички възрасти. Най-голяма е концентрацията при младите 18-30 г. – 6 души. Останалата част от извадката е представена основно от групите на младите до 40 г. и възрастните над 60 г. Мнозинството от анкетираните посетители са висшисти. Около 2/3 от анкетираните живеят в центъра на града – 9 лица.

4. Анализ на детска проява "Библиотека за всеки"

Проявата в обективни показатели

Събитието се е състояло на 4 юни от 13:30 ч. в Национална библиотека „Св.св. Кирил и Методий“. Сред участниците не е имало чуждестранни участници. Публиката се е състояла от деца и ученици. Локацията е била адаптирана за хора с физически увреждания. Проявата е имала интерактивен характер – децата от публиката са се включили в сцена/песни и танци. Аудиторията е била до 50 души, като конкретният брой на публиката е бил 23 души. Пространството е било почти запълнено. Входът за събитието е бил свободен.

Реализираните анкети с посетители са 5.

Оценки на публиките за проявата

Участниците в анкетата са изцяло удовлетворени от проявата – 10 от 10 по десетобалната скала.

4 от 5 души посещават изданието за първи път. Мястото и времето на провеждане на събитието са определени като подходящи от повечето анкетиранни, като двама не са могли да преценят.

Цената на билета е определени като достъпна – 10 по десетобална скала от 1 до 10

Най-използваните информационни източници са социални мрежи, други източници и приятели/познати.

Преобладават жените, като основно са представители до 18 години – 3 души, като около 1/2 от извадката са хора на възраст до 40 и до 50 годишна възраст. Трима са с основно образование, спрямо двама с висше и полувисше образование. Живеещите в периферни квартали са трима, спрямо двама от тях, които живеят в центъра.

6. РЕЗИДЕНТСКА ПРОГРАМА НА ДЕРИДА ДЕНС ЦЕНТЪР



Фестивалът в обективни показатели

Тази година „Резидентската програма на Derida Dance Center“ се е провела с 4 резиденции на чуждестранни артисти – танцьори и хореографи. Резидентите са осъществили срещи с българската публика през май, юли, август, септември, октомври. Проявите са реализирани на сцената на “Derida Dance Center”.

В мониторинга са обхванати 2 събития (танцов спектакъл и ателие), състояли се на сцена „Дерида“.

Регистрирано е международно участие във всички посетени прояви, както и присъствие на чуждестранни посетители. Има представители на целевите групи – ученици (на 1 проява), професионална гилдия (1 проява) и студенти (1 проява). Всички събития са в центъра на града.

Проявите не са били адаптирани за чуждестранна публика, както и за хора с физически увреждания.

Събитията са били с аудитория до 50 души, като конкретният брой на публиката е бил 3 (1 събитие) и 40 (1 събитие). Капацитетът на пространствата е бил запълнен при 1 от 2 събития.

Една от проявите е била подходяща за широк кръг публика, а другата по-скоро за друг тип социална група. Достъпът до всички събития е бил свободен (1 проява) и платен (1 проява).

Реализираните анкети с посетители са 11.



Оценки на публиките за фестивала

Посетителите обхванати в мониторинга са максимално удовлетворени от събитията – оценката за цялостна удовлетвореност е 10 по десетобалната скала.

Фестивалът привлича предимно традиционна публика – 7, спрямо новата публика – 4.

Като цяло локациите, и времето на провеждане на събитията са определени като достъпни от мнозинството посетители. За локацията не са могли да преценят двама анкетирани, а един не е могъл да прецени за времето на провеждане.

Цената на билетите е определена като достъпна – 8,22 по десетобална скала от 1 до 10.

Основни информационни източници за респондентите: социални мрежи (9) и приятели/познати (6), реклама в сайта на организацията която го провежда (5).

Сред анкетираните има предимно жени (8 души), значителна част са млади до 30 годишни (8 души). Преобладават респондентите с висше/полувисше – 5 от тях, четирима са със средно образование, а двама са с по-ниско от средното. По-голямата част от посетителите живеят извън центъра на столицата (6 души), а в центъра на града са 4 от тях. Извън града живее един от посетителите.



Медийни отзиви за фестивала

За събитието са предоставени 21 медийни материала, от които подходящи за обработка и анализ са 14. Почти поравно са разпределени публикациите в интернет сайтове и социални мрежи (7 спрямо 6 в полза на сайтовете), едно е отразяването в телевизия. Масовите издания са с лек превес над специализираните портали за изкуство/култура (8/6 случая). Всички отзиви са преди началото на събитието, като почти изцяло имат информативен характер, само един случай е интервю с участник/организатор. Преобладават неутрално звучащите тонове на заглавията (10 от 14 случая), а в съдържателно отношение всички материали са положителни. Столична община се споменава като партньор на събитието в мнозинството от случаите (12 от 14). Преобладават публикациите на български език (10), три са медийните отзиви на английски език.

1. Анализ на уъркшоп/семинар на Кенан Динкелман

Проявата в обективни показатели

Уъркшопът се е състоял на 10 октомври между 18-20 часа на сцена „Дерида“. Сред участниците е имало чуждестранни артисти. Проявата е проведена на закрито в центъра на София. Локацията не е била адаптирана за специфични групи. Конкретният брой на публиката се е състоял от трима души – всички професионалисти в сферата. Входът за събитието е бил свободен.

Реализираните анкети с посетители са 3.

Оценки на публиките за проявата

Аудиторията е максимално удовлетворена от проявата – оценка за степен на удовлетвореност 10 по десетобалната скала.

Двама от посетителите са присъствали и на предишни издания. Мястото и времето на провеждане на проявата са определени като подходящи от всички анкетирани.

Участниците в анкетата са се информирали за събитието от реклама в сайта на организаторите, социални мрежи и приятелски кръг.

Доминират младите жени между 18-30. Двама са висшисти, а един е със средно образование. 2 от 3 души живеят извън центъра на града.

2. Анализ на танцова презентация на Кенан Динкелман

Проявата в обективни показатели

Проявата се е състояла на 17 октомври от 19 часа на сцена „Дерида“. Сред участниците е имало чуждестранни артисти. В публиката са присъствали следните специфични групи посетители – чужденци, ученици, професионална гилдия и студенти. Проявата не е била адаптирана за чуждоезична публика. Локацията е била достъпна за хора с физически увреждания. Конкретният брой на публиката се е състоял от 40 души, като залата е била запълнена. Входът за събитието е бил платен.

Реализираните анкети с посетители са 8.

Оценки на публиките за проявата

Респондентите са максимално удовлетворена от проявата – оценка за степен на удовлетвореност 10 десетобална скала.

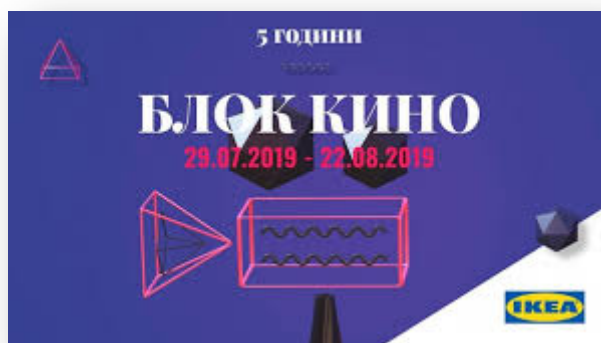
По-голямата част от посетителите са присъствали и на предишни издания – 5 души. Мястото и времето на провеждане на събитието са определени като подходящи от почти всички респонденти, само трима не са могли да преценят.

Цената на билета е определена като по-скоро достъпна – 8,25 по десетобална скала от 1 до 10.

Участниците в анкетата са се информирали за събитието най-вече от социалните мрежи, а на второ и трето място от приятелски кръгове и реклама в сайта на организаторите.

Сред анкетираниите доминират жените, млади между 18-30 години (само един е под 18 г.). Поравно са разпределени висшистите, спрямо респондентите със средно образование, а двама са с образование по-ниско от средното. 1/2 от участниците в анкетата са от периферни райони на града, спрямо трима от централни части. Само един не живее в София.

7. БЛОК КИНО



Фестивалът в обективни показатели

Тазгодишното издание за кино на открито „Блок кино“ е проведено от 29 юли до 22 август 2019 г. Събитията от фестивала са реализирани в 10 столични квартала извън центъра - „Света Троица“, „Младост“, „Изток“, „Люлин“, „Дружба“, „Надежда“, „Сухата река“ и „Бояна“, „Лагера“, „Хиподрума“. В програмата са селектирани 10 нови пълнометражни (игрални) и 10 късометражни (анимационни и игрални) български филма.

В рамките на мониторинга са обхванати 5 кинопрожекции, състояли се на 5 локации извън центъра: парк „Света Троица“, парк „Младост“, 51 СУ „Елисавета Багряна“ – кв. „Хиподрума“, парк „Дружба“, читалище "Виделина" – кв. „Бояна“.

На проявата няма международно участие. По отношение на специфичните целеви групи анкетърските екипи са регистрирали най-често деца, ученици и възрастни хора на всички 5 кинопрожекции, хора с увреждания (на 2 от тях) и студенти – на 4 от 5 случая.

Кинопрожекциите са се провели на открито в 4 от случаите, 1- на закрито.

Събитията са били адаптирани за чуждестранна публика чрез наличие на субтитри (3 от тях). Две от прожекциите не са били адаптирани за чуждестранни посетители.

В 1 от случаите пространството, в което се е провела проявата, е било адаптирано за хора с физически увреждания, в 2 от 5 прояви не са били осигурени условия за придвижване на хора с физически увреждания.

На 1 от 5 събития има ателие за деца, 4 нямат елементи на взаимодействие с публиката.

По-голямата част от кинопрожекциите са били с публика 101-500 души (3 от тях), в 2 случая е била между 51 и 100. Капацитетът на пространствата е бил запълнен изцяло при 2 прояви, на повече от 2/3 – 2 прояви на 1 от проявите – около 2/3.

Всички прожекции са били със смесен характер и свободен достъп.

Реализираните анкети с посетители са 77.



Оценки на публиките за фестивала

Анкетираните се чувстват много удовлетворени от събитията – средната оценка 9,27 от 10.

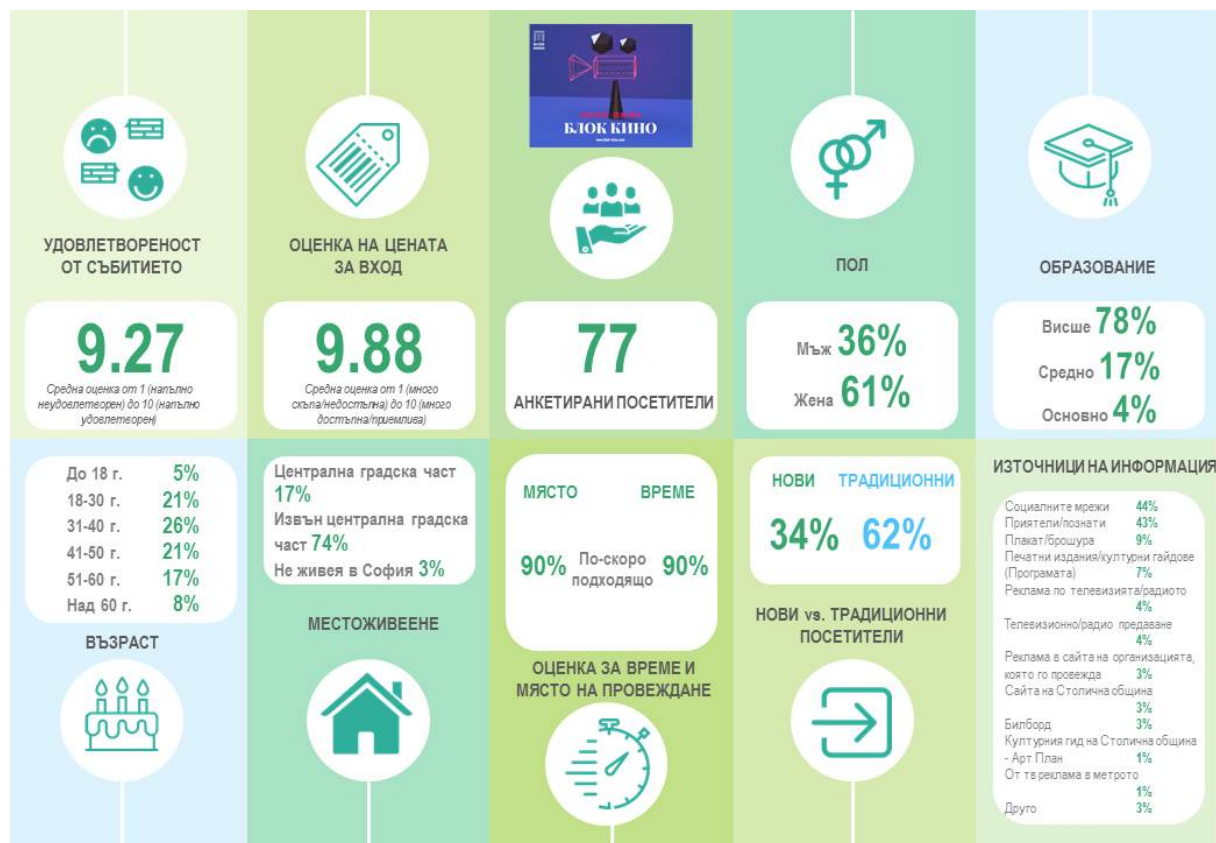
Фестивалът в голяма степен привлича традиционна публика – 62% са присъствали и на предишни издания, докато над 1/3 са новите посетители.

Локацията и времето на провеждане на събитията са определени като подходящи от мнозинството посетители.

Анкетираните са се информирали от два основни източника: социални мрежи (43%) и неформални кръгове от приятели и познати (43%). Най-малко са се информирали от плакат/брошура, печатни издания/културни гайдове (Програмата), реклама по телевизията/радиото, реклама в сайта на организаторите, сайта на СО, билбордове, културен гид на Столична община-Арт План.

Профилът на анкетираните 77 души е доминиращо женски (61%), с представители на различни възрастови групи, като най-голяма е концентрацията на младите и поколенията в активна възраст (30-50 г.). Едва 5% са хора до 18г. Около 2/3 са висшисти (75%), а с по-ниско образование са 23%.

С оглед местоположението на събитията, концентрацията на посетители е предимно от периферни зони на столицата – 74%. Спрямо тях посетителите идващи от централни части на града са 17%.





Медийни отзиви за фестивала

Медийните публикации за фестивала не са налични към момента на изготвяне на доклада.

1. Анализ на филмите „Снимка с Юки“ и „Синът“ (късометражен)

Проявата в обективни показатели

Събитието се е състояло на 30 юли от 20:45 ч. на открито в парк „Света Троица“ - извън центъра. Сред участниците, както и сред публиката не е имало представители от чужбина. В публиката е имало следните групи посетители – деца, ученици, възрастни хора и студенти. Проявата не имала адаптация за чуждестранна публика. Локацията не е имала налични съоръжения за хора с физически увреждания. Аудиторията е била между 101-500 души. Повече от 2/3 от капацитета на пространството е бил запълнен. Проявата е била предназначена за всякакви групи хора. Входът за събитието е бил свободен.

Реализираните анкети с посетители са 16.

Оценки на публиките за проявата

Респондентите демонстрират висока удовлетвореност от събитието – 9,44 по десетобалната скала от 1 до 10.

Почти всички анкетирани са посещавали и други издания – 13 души. Локацията и времето на провеждане са определени като подходящи от почти всички респонденти. Четирима не са могли да преценят дали това е така.

1/2 от анкетираните посетители са разбрали за събитието от неформални източници: приятели/познати. Застъпени са плакат/брошура на събитието, социални мрежи, реклама по телевизията/радиото, печатни издания/културни гайдове и телевизионно/радио предаване.

Анкетираните посетители са разнообразни, като преобладават посетителите между 41-50 и до 60 годишните, преобладаващо жени – 9 от тях. Почти всички са висшисти. 1/2 от анкетираната публика живее в централни райони на града.

2. Анализ на филмите „Ага“ и „Брак“ (късометражен)

Проявата в обективни показатели

Събитието се е провело на 31 юли от 20:45 ч. на открито в парк „Младост“ – извън центъра. Сред участниците не е имало представители от чужбина. В публиката са присъствали следните групи хора – чужденци, деца, ученици, възрастни хора и студенти. Проявата е имала наличие на субтитри. Локацията не е имала съоръжения за хора с физически увреждания. По време на проявата е имало ателие за най-малките. Аудиторията е била между 101- 500 души, като капацитетът на пространството е бил запълнен. Проявата е била със смесен характер. Входът за събитието е бил свободен.

Реализираните анкети с посетители са 19.

Оценки на публиките за проявата

Респондентите са високо удовлетворени от филмите – 8,56 по десетобалната скала от 1 до 10.

Традиционната публика е 63%, спрямо 37% нови посетители. И локацията, и времето на провеждане на събитието са определени като подходящи.

Мнозинството от анкетираните посетители са разбрали за събитието от неформални източници: приятели/познати (58%) и социални мрежи (53%). В по-малка степен са се информирали от печатни издания/културни гайдове „Програмата“, от телевизионно/радио предаване, сайт на СО, плакат/брошура и от „Капитал“.

Сред посетителите преобладават жените – 84%. Респондентите са на различни възрасти до 40 г. (32%), а поравно представени са в групите до 30 и до 50 годишна възраст. Мнозинството са висшисти. Извън центъра живеят всички обхванати в анкетата.

3. Анализ на документален филмите „3/4“ и „Сутрин“

Проявата в обективни показатели

Събитието се е провело на 5 август от 20:45 ч. на открито при 51 СУ „Елисавета Багряна“ – кв. „Хиподрума“ – извън центъра. Сред участниците не е имало представители от чужбина. В публиката са присъствали следните групи хора – деца, ученици, възрастни. Проявата е имала наличие на субтитри. Локацията не е била адаптирана за специфични социални групи. Аудиторията е била между 51-100 души, като около 2/3 от капацитета на пространството е бил запълнен. Проявата е била със смесен характер. Входът за събитието е бил свободен.

Реализираните анкети с посетители са 15.

Оценки на публиките за проявата

Респондентите са много удовлетворена от събитието – 9,53 по десетобалната скала от 1 до 10.

2/3 от респондентите са присъствали и на предишни издания на проявата. Времето на провеждане, както и локацията са определени като подходящи от мнозинството анкетираните.

Почти всички посетители са разбрали за събитието от социалните мрежи (11 души), а на второ място от приятели и познати. Най-малко споменати са печатни издания/културни гайдове (Програмата), реклама в сайта на организаторите и сайт на Столична община.

Аудиторията се състои предимно от мъже, основно млади хора във възрастовите групи 31-40 – 18-30 годишните. Почти всички са висшисти, само трима са със средно образование. Повече от 2/3 са посочили, че живеят в периферни райони на града – 12 от тях, спрямо трима от центъра.

4. Анализ на документален филм „Последната линейка на София“

Проявата в обективни показатели

Прожекцията се е състояла на 18 август от 20:45 ч. на открито в парк „Дружба“ – извън центъра. Сред участниците, както и сред публиката не е имало представители от чужбина. В публиката са присъствали разнообразни групи посетители - деца, ученици, хора с увреждания, възрастни хора и студенти. По време на проявата е имало наличие на субтитри на английски език. Аудиторията е била между 51-100 души, като повече от 2/3 от капацитета на пространството е бил запълнен. Проявата е била със смесен характер. Входът за събитието е бил свободен.

Реализираните анкети с посетители са 13.

Оценки на публиките за проявата

Респондентите са много удовлетворени от събитието – 9,25 по десетобалната скала.

По-голямата част от участниците в анкетата са присъствали и на предишни издания на проявата (9 от тях), а четирима са го посетили за първи път. Времето на провеждане е определено като достъпно от почти всички респонденти, като един смята времето за неподходящо. Локацията е определена като подходяща от почти всички посетители. Двама не са могли да преценят дали локацията е подходяща.

Мнозинството от анкетираните посетители са се информирали за събитието от социални мрежи и приятели/познати. Застъпени са плакат/брошура и случайно посещение. В по-малка степен са се информирали от печатни издания/културни гайдове, реклама в сайта на организаторите, културен гид на Столична община – Арт План, тв реклама в метрото и Facebook.

Респондентите са предимно жени – 10, спрямо мъжете – 3. Има представители на всички възрастови групи, като най-голяма концентрация има при по-младите (18-30г.) и възрастните до 60 години. Почти всички са с висше образование, двама са със средно. Всички респонденти живеят извън центъра.

5. Анализ на филмите „Жажда“ и Живот със София“

Проявата в обективни показатели

Събитието се е провело на 21 август от 20:45 ч. на закрито в читалище „Виделина“ – кв. „Бояна“. Сред участниците, както и сред публиката не е имало представители от чужбина. В публиката е имало деца, ученици, хора с увреждания, възрастни хора и студенти. Проявата не е била адаптирана за чуждестранна публика. Локацията е имала съоръжения за хора с физически увреждания. Публиката е била между 101-500 души, като капацитетът на залата е бил запълнен. Проявата е била със смесен характер. Входът за събитието е бил свободен.

Реализираните анкети с посетители са 14.

Оценки на публиките за проявата

Анкетираната аудитория е почти максимално удовлетворена от събитието – 9,71 по десетобалната скала от 1 до 10.

1/2 от респондентите посещават проявата за първи път – 7 от тях. Локацията и времето на провеждане са определени като подходящи от всички участници.

Половината анкетирани са научили за събитието от неформални канали – приятели и познати, а на второ място са се информирали от социалните мрежи. Застъпени са каналите: билборд, телевизионно/радио предаване и плакат/брошура.

Над 1/2 от респондентите са мъже. Има хора на различни възрасти, като поравно са разпределени между младите до 18 години и респондентите от средните поколения между 41 и 50 години. 1/2 от обхванатите в анкетата са висшисти, четирима са със средно образование, а трима са с по-ниско от средното (вероятно все още учащи). 9 души живеят извън центъра на града, а двама са в идеалните части на центъра. Само двама са посочили, че живеят извън София.

8. КОНЦЕРТИ НА КАМЕРЕН ОРКЕСТЪР „ПАРЕКОРДЗАГАН”



Фестивалът в обективни показатели

Фестивалът се е състоял в два цикъла – пролетен и есенен, с общо 6 концерта. Поради късния старт на мониторинга (01.06.2019), не са посетени събития от пролетния цикъл на тазгодишното издание.

В обхвата на мониторинга попадат 2 прояви от есенният цикъл на фестивала. Двата концерта са се състояли в Софийска градска художествена галерия.

В двете прояви има международно участие. На всички са регистрирани следните специфични целеви групи - чуждестранни посетители, деца, ученици, хора с увреждания, възрастни хора, студенти.

Нито една от посетените прояви не е била адаптирана за чуждестранна публика. Локацията е имала съоръжения за хора с физически увреждания в 2 от 2 събития.

Само в 1 от 2 прояви е имало взаимодействие с публиката под формата на беседа.

На събитията са присъствали между 51-100 души, като конкретният брой на публиката в една от проявите е бил 100 души. Капацитетът на пространствата е бил запълнен

при 1 от събитията и около 1/2 - едно събитие. Две посетени прояви са били със смесен характер. Достъпът до събитията са със свободен достъп.

Реализираните анкети с посетители са 25.



Оценки на публиките за фестивала

Респондентите са много удовлетворени от събитието – средната оценка за цялостна удовлетвореност е 8,92 по десетобална скала от 1 до 10.

Проявата в голяма степен привлича традиционна публика – 60% са посещавали и предишни издания.

Локацията и времето на провеждане на проявите са определени като достъпни от мнозинството посетители. Двама от респондентите определят времето на провеждане и локацията като неподходящи.

Информация за събитията е достигнала до участниците чрез различни източници, като най-често споменавани са приятели /познати (44%) и социални мрежи (32%). В по-малка степен са застъпени плакат/брошура (12%), сайт на СО, реклама в сайта на организацията, която го провежда, Facebook и Арменския клуб.

Профилът на посетителите се характеризира с предимно женска публика (16 жени, спрямо 9 мъже). Има представители от всички възрасти, като най-много са в групата над 60 години (44%), а на второ място по-младите до 40 години (20%). Респондентите са високообразовани – 88% са висшисти. Извън центъра живеят над 2/3 от аудиторията (17 души), спрямо живеещите в центъра (8 души).



Медийни отзиви за фестивала

От предоставената информация за медийни публикации не могат да бъдат идентифицирани конкретни статии и материали, които да бъдат обработени и анализирани.

1. Анализ на втори концерт от есенния цикъл на AGBU Sofia Chamber Orchestra (Камерен Оркестър „Парекордзаган” - София)

Проявата в обективни показатели

Концертът се е състоял на 1 ноември в 18:30 ч. в Софийска градска художествена галерия. В проявата, както и сред публиката е имало присъствие на чужденци. Сред публиката са присъствали следните групи посетители – деца, ученици, хора с увреждания, възрастни хора, хора с увреждания, възрастни хора, студенти, като е възможно присъствието и на професионална гилдия. Събитието не е било адаптирано за чуждестранна публика. Локацията е била достъпна за хора с физически увреждания. Аудиторията е била между 51-100 души, като капацитетът на пространството е бил запълнен. Проявата е била предназначена за всички възрасти. Входът за проявата е бил свободен.

Реализираните анкети с публиката са 14.

Оценки на публиките за проявата

Аудиторията взела участие в анкетата е много удовлетворена от събитието – средна оценка 8,14 от 10 по десетобалната скала.

По данни на анкетъорския екип, на събитието е имало предимно традиционна публика – 9 души, спрямо 5 нови посетители.

Мястото и времето на провеждане са определени като подходящи от почти всички анкетирани участници. Само един от тях посочва времето на провеждане на събитието, като неподходящо.

Респондентите са се информирали за проявата основно от социални мрежи, а на второ място от приятели и познати. По-малко застъпени са плакат/брошура и реклама в сайта на организацията, която го провежда.

Участниците в анкетата са предимно жени – 9 души, като 1/2 от обхванатите са над 60 години. По-малко са представителите на младите и средни поколения. Мнозинството са висшисти, като един е със средно образование. Преобладават респондентите живеещи в центъра на София – 10, спрямо 4 от периферията на града.

2. Анализ на концерт „Всичко е музика“

Проявата в обективни показатели

Концертът се е състоял на 1 декември от 18:30 часа в Софийска градска художествена галерия. В проявата е имало участие на чуждестранни артисти. Сред публиката са присъствали следните групи посетители – чужденци, деца, ученици, хора с увреждания, възрастни и студенти. Събитието не е било адаптирано за чуждестранна публика. Локацията е имала съоръжения за хора с физически увреждания. Аудиторията е била между 51-100 души, като конкретният брой на публиката е бил 100 души. Капацитетът на пространството е бил запълнен около 1/2. Проявата е била предназначена за всички възрасти. Достъпът до проявата е бил свободен.

Реализираните анкети с публиката са 11.

Оценки на публиките за проявата

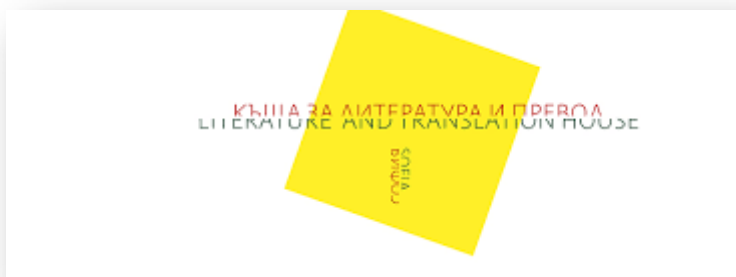
Аудиторията е дала оценка близка до максималната – средна оценка 9,91 от 10 по десетобалната скала.

По-голямата част от анкетираните посещават изданието традиционно – 6 от тях. Времето на провеждане е подходящо за почти всички респонденти, само един не е могъл да прецени. Локацията е подходяща за 2/3 от анкетираните, като един я смята за неподходяща. Трима души не са могли да преценят.

1/2 от участниците в анкетата са се информирали от приятелски кръгове. Застъпени, но в по-малка степен са сайт на Столична община, социални мрежи, плакат/брошура, Facebook и от Арменския клуб.

2/3 от анкетираните са жени. Респондентите са над 60 години, като има и по-млади в групата 31-40 годишни. Мнозинството са висшисти. В центъра живеят 7 души, спрямо живеещите в периферни райони на града – 4 души.

9. КЪЩА ЗА ЛИТЕРАТУРА И ПРЕВОД



Фестивалът в обективни показатели

Резидентската програма на Къща за литература и превод се провежда в периода 1.03 - края на декември 2019 г. Тазгодишното издание се провежда както в централни локации (СУ, НДК), така и извън центъра (Къща за литература и превод). По време на творчески престой в София 10 международни преводачи и писатели от 9 държави, създават произведения, свързани със София и България, правят преводи на български автори на други езици, запознават се с българската публика и новото в българската литература и култура.

В мониторинга са обхванати 3 дискусии от Резидентската програма, проведени на 2 локации – Къща за литература и превод и Театрална зала на СУ.

В 2 от 3 събития има международно участие. Аудиторията се състои основно от професионална гилдия (на 3 от 3 прояви) и студенти (1 проява).

Събитията са адаптирани за чуждестранна публика чрез наличие на плакат/анонс на английски (1 проява), представяне на изпълнителите, програмата/съдържанието на английски (1 проява), като две от проявите не са били адаптирани за чуждестранна публика. Местата където са се провели събитията не са били адаптирани за хора с физически увреждания.

2 от 3 събития имат интерактивен характер реализиран под формата на дискусия (1 събитие) и игра с публиката (1 събитие).

Всички прояви са имали аудитория до 50 души – между 12 (1 проява) и 18 лица (1 проява). Капацитетът на пространството е бил запълнен около 1/3 (1 събитие), около 1/2 (1 събитие) и в един от случаите залата е била пълна.

Проявите са били предназначени основно за професионална гилдия – преводачи и писатели. Достъпът до събитията е бил свободен.

Реализираните анкети с посетители са 25.



Оценки на публиките за фестивала

Анкетираните посетители са с висока удовлетвореност от проявите – средната оценка за цялостна удовлетвореност е 9,16 по десетобалната скала от 1 до 10.

Фестивалът в голяма степен привлича традиционна публика – 60% са присъствали и на предишни издания, докато 40% са новите посетители.

И локациите, и времето на провеждане на събитията са определени като подходящи от мнозинството от посетителите. Само един определя локацията като неподходяща (1 проява).

Респондентите са се информирали за събитията предимно от реклама в сайта на организацията, която го провежда (32%), социални мрежи (32%), приятели и познати (20%). В по-малка степен са застъпени покана от участник, печатни издания/културни гайдове, бюлетин на „Next page“.

Анкетираните посетители са предимно жени - 80%. Над 1/2 са младите между 18-30 и до 40 годишни, като има представители и в групата 41-50 години. Почти всички са с висше/полувисше образование (84%), а 16 % са със средно образование. Над 1/2 от респондентите живеят извън центъра на столицата – 56%, спрямо живеещите в центъра – 32%. Само трима са посочили, че не живеят в София.



Медийни отзиви за фестивала

За събитието са налични 20 медийни отзива, от които 17 са подходящи за обработка и анализ. Публикациите са предимно в интернет сайтове (11 бр.). Обработени са съответно 2 отзива в телевизия, 3 – в радио предавания и един в месечно издания на списание. Преобладават специализираните издания за изкуство и култура (11 случая), като мнозинството от публикациите предхождат началото на проявата (14 от 17 статии). Информационните материали са 11, а интервюта с участници в резидентската програма или организатори на събитието са 5. Тонът на заглавията е предимно неутрален, докато в съдържателно отношение над в 2/3 от случаите е положителен. Столична община като партньор на събитието се споменава в малко под 1/3 от публикациите. Всички медийни отзиви са на български език.

1. Анализ на дискусия „Да четеш Керуак в Техеран“ – Литература, политика и превод в Иран

Проявата в обективни показатели

Дискусията се е провела на 22 август от 18:30 ч. в Къща за литература и превод – извън центъра. По данни на анкеторския екип присъствал на събитието, сред участниците е имало госи от чужбина. Публиката се е състояла предимно от възрастни и професионална гилдия. Проявата е имала плакат/анонс и представяне на изпълнителите, програмата и съдържанието на английски език. Локацията не е била адаптирана за хора с физически увреждания. Аудиторията е била до 50 души, като капацитетът на пространството е бил запълнен. Проявата е била професионално насочена. Входът за събитието е бил свободен.

Реализираните анкети с посетители са 6.

Оценки на публиките за проявата

Средната оценка за цялостна удовлетвореност на анкетираните посетители е 8,67 по десетобална скала от 1 до 10.

Четирима са респондентите посещавали и предишни издания, спрямо двама посещавачи го за първи път.

И локацията, и времето на провеждане на събитието са определени като подходящи от почти всички участници в анкетата, само един не е могъл да прецени.

Анкетираната аудитория се е информирала основно от социални мрежи и реклама в сайта на организаторите. Застъпени са печатни издания/културни гайдове и бюлетин на фондация „Next page“.

1/2 от респондентите са на средна възраст 41-50 годишни, като е имало млади в групата 31-40 години. Всички са висшисти и преобладават жените – 5 от тях. Почти всички анкетирани живеят извън центъра – 4 души.

2. Анализ на дискусия „Прозрачният преводач...и други акции“

Проявата в обективни показатели

Проявата се е състояла на 29 септември в 17 часа в театрална зала на СУ – в центъра. По данни на анкеторския екип присъствал на събитието, сред участниците не е имало гости от чужбина. Публиката се е състояла от професионална гилдия и студенти. Проявата не е била адаптирана за чужденци. Локацията не е имала съоръжения за хора с физически увреждания. Аудиторията е била до 50 души, като капацитетът на пространството е бил запълнен около 1/3. Проявата е професионално насочена. Входът за проявата е бил свободен.

Реализираните анкети с посетители са 10.

Оценки на публиките за проявата

Аудиторията е много удовлетворена от проявата – средна оценка 9,70 по десетобална скала от 1 до 10.

2/3 от участниците в анкетата са посетили проявата за първи път – 8 от тях. И локацията, и времето на провеждане на събитието са определени като подходящи от всички.

Аудиторията се е информирала основно от реклама в сайта на организаторите, участие в проявата, приятели/познати, от участник в събитието и социални мрежи.

Преобладават жените – 8, спрямо мъжете – 2. Млади на 18-30 и 31-40 годишни. Почти всички са висшисти. Извън центъра живеят 6 души, а трима не са жители на София.

3. Анализ на дискусия „Северът е Юг“ – Разговор на Невена Мичева с Еухенио Ариасу и Олга Хохлова

Проявата в обективни показатели

Дискусията се е провела на 24 октомври от 18:30 ч. в Къща за литература и превод – извън центъра. По данни на анкетъорския екип присъствал на събитието, сред участниците е имало гости от чужбина, а публиката се е състояла от професионална гилдия. Проявата не е била адаптирана за чуждестранна публика. Аудиторията е била до 50 души, в конкретен брой - 12. Капацитетът на пространството е бил запълнен около 1/2. Проявата е била професионално насочена. Входът за събитието е бил свободен.

Реализираните анкети с посетители са 9.

Оценки на публиките за проявата

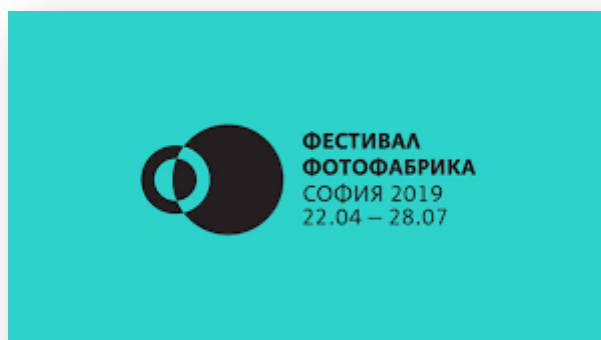
Средната оценка за цялостна удовлетвореност на анкетираниите посетители е 8,89 по десетобална скала от 1 до 10.

Всички анкетирани са присъствали и на предишни издания на събитието. И локацията, и времето на провеждане на събитието са определени като подходящи от почти всички участници в анкетата, само един не одобрява локацията.

Анкетираната аудитория се е информирала основно от социални мрежи, реклама в сайта на организаторите и приятели/познати.

Профилът на анкетираниите е предимно от жени, млади до 30 г. и на средна възраст 41-50 годишни, като е имало млади в групата 31-40 години. Почти всички са висшисти, само един е със средно образование. Над 1/2 от респондентите живеят в централните части на София – 5 души.

10. ФЕСТИВАЛ ФОТОФАБРИКА



Фестивалът в обективни показатели

Шестият фестивал „Фотофабрика“ е осъществен в периода 24 април -28 юли 2019 г. Събитията са концентрирани в 15 локации в центъра и извън центъра на столицата.

Фестивалната програма обхваща 7 изложби, 3 документални прожекции, 1 детска фотографска работилница и 1 фотографско състезание.

В мониторинга са обхванати 4 събития , състояли се в 4 локации в центъра: ДКИ „Средец“, кинозала НАТФИЗ, галерия „КО-ОП“, Софийски Арсенал-Музей за съвременно изкуство.

Обхванати са фотографска работилница-конкурс (1 проява), документална прожекция (1 от тях), изложби (2 прояви).

Отчетено е международно участие на 2 от 4 прояви. В 2 от посетените събития са регистрирани и чуждестранни посетители. Има представители на следните специфични целеви групи – деца (на 3 от 3 прояви), ученици (2 прояви), ученици(1 проява), хора с увреждания (1 проява), възрастни хора (3 прояви), професионална гилдия (на 4 от 4 прояви) и студенти –3 от 4 прояви. На закрито са били 3 от събитията, 1 на открито.

Посетените прояви са били адаптирани за чуждестранна публика поне по един от следните начини: наличие на плакат/анонс на английски език (1 случая), наличие на симултанен превод (1 случая), наличие на субтитри (в 1 от тях), представяне на изпълнителите, програмата/ съдържанието на английски (1 от тях). Две от проявите не са били адаптирани за чужденци.

Всички пространства, в които са се провели събития, не са били адаптирани за хора с физически увреждания.

Елементи на взаимодействие с публиката е имало в 1 от 4 прояви.

Част от събитията са били с публика до 50 души (2 от тях), в 1 случай е била между 51 и 100. Капацитетът на пространствата е бил запълнен изцяло на 1 от 3 прояви, на 1 – около ½ и около 1/3 на една от проявите.

Две от събитията са били със смесен характер, 1 е било предназначено за деца и 1 събитие е било професионално насочено за любители фотографи. Достъпът до всички събития е бил свободен.

Реализираните анкети с посетители са 36.



Оценки на публиките за фестивала

Посетителите обхванати в мониторинга са високо удовлетворени от събитията – средната оценка за цялостна удовлетвореност е 8,5 по десетобална скала от 1 до 10.

Фестивалът в голяма степен привлича традиционна публика – 56% са присъствали и на предишни издания, докато 44 % са новите посетители.

Като цяло локациите и времето на провеждане на събитията са определени като достъпни от мнозинството посетители. Над ½ от тях са се информирали за проявите от социалните мрежи (56%), на второ място от приятели/познати (25%). Слабо застъпени са останалите източници като плакат/брошура, печатни издания/културни гайдове

(Програмата), реклама в сайта на организацията, която го провежда, сайт на СО, културен гид на Столична община- Арт План.

В социално-демографския профил на посетителите доминира женското присъствие (61% спрямо 36% - мъже), значителна част са млади хора в активна възраст до 40 г. (44%) и до 30 години (31%). Най-голям е дялът на висшистите - 75%, спрямо 19% със средно образование. По-голямата част от посетителите живеят в центъра на столицата (72% от тях), а в периферни зони на града са 28% от анкетираните.



Медийни отзиви за фестивала

Медийните публикации за фестивала не са налични към момента на изготвяне на доклада.

1. Анализ на фотографска работилница-конкурс „Детски фотомаратон“

Проявата в обективни показатели

Конкурсът се е състоял на 1 юни от 19 часа на открито пред ДКИ „Средец“. Както сред участниците, така и сред публиката няма представители от чужбина. Сред публиката е отчетено присъствие на деца, ученици, професионална гилдия и студенти. Събитието не е било адаптирано за чуждестранна публика, както и за хора с физически увреждания. Проявата е имала елементи на взаимодействие с публиката. Публиката е била до 50 души. Достъпът до събитието е бил свободен.

Реализираните анкети с посетители са 6.

Оценки на публиките за проявата

Анкетираната аудитория е удовлетворена от събитието – средната оценка за цялостна удовлетвореност е 8,33 по десетобална скала от 1 до 10.

Проявата в голяма степен привлича традиционна публика – 4 души са присъствали и на предишни издания.

Локацията и времето на провеждане на събитието са определени като подходящи от мнозинството от посетителите. Само един от респондентите определя времето на провеждане като неподходящо.

Посетителите са се информирали за събитието от социални мрежи.

2/3 от анкетираните са жени между (4 от тях). Всички обхванати са млади в активна възраст 31-40 г. с висше образование. Петима респонденти живеят в централната част на града, като само един живее извън центъра на София.

2. Анализ на откриване на Кинофабрика с прожекция на „Всичко може да се фотографира“ – филм за фотографа Гари Виноград

Проявата в обективни показатели

Проявата се е състояла на 3 юни от 18 ч. в кинозала НАТФИЗ. Както сред участниците, така и сред публиката няма представители от чужбина. Сред публиката са присъствали деца, възрастни хора, професионална гилдия и студенти. Проявата е имала наличие на субтитри. Локацията не е имала условия за хора със специфични нужди. Публиката е била между 51-100 души, като залата е била пълна. Проявата е била предназначена за любители фотографии. Достъпът до събитието е бил свободен.

Реализираните анкети с посетители са 21.

Оценки на публиките за проявата

Анкетираната аудитория е удовлетворена от събитието – средната оценка за цялостна удовлетвореност е 8,9 по десетобална скала от 1 до 10.

52% заявяват, че посещават събитието за първи път, спрямо 48% традиционна публика.

Локацията и времето на провеждане на събитието са определени като подходящи от мнозинството от посетителите. Само двама ги смятат за неподходящи.

Посетителите са се информирали за събитието основно от социални мрежи (57%), в по-малка степен от приятели и познати (29%). По малко са се информирали от НАТФИЗ (14%), Facebook (9%). Споменават се плакат/брошура и информацията от „Фотомаратон 2019“.

57% от анкетирания са жени. Предимно са млади в активна до 30 г. (48%) и до 40 г. (29%). Преобладават висшистите – 57%, спрямо 38% със средно образование. В централната част на града живеят 71%, спрямо 29% живеещи извън центъра.

3. Анализ на откриване на изложба „Онова, което остава“

Проявата в обективни показатели

Изложбата се е състояла на 6 юни от 18:30 ч. в галерия КО-ОП. Както сред участниците, така и сред публиката е имало представители от чужбина. Сред публиката са присъствали възрастни хора и професионална гилдия. Проявата е била адаптирана за чуждестранна публика поне по един от следните начини: наличие на плакат/анонс на английски език, наличие на симултанен превод и представяне на изпълнителите, програмата/съдържанието на английски език. Локацията не е адаптирана за хора с физически увреждания. Конкретният брой на публиката е бил 30 души, а пространството е било запълнено около 1/2. Проявата е била със смесен характер. Достъпът до събитието е бил свободен.

Реализираните анкети с посетители са 4.

Оценки на публиките за проявата

Анкетираната аудитория е удовлетворена от събитието – средната оценка за цялостна удовлетвореност е 9,75 по десетобална скала от 1 до 10.

Почти всички посетители са традиционна публика - 3 души. Локацията и времето на провеждане на събитието са определени като подходящи от всички посетителите.

Обхванатите в анкетата са се информирали за проявата основно от социални мрежи и неформални кръгове – приятели и познати.

Преобладават жените – 3 от тях, висшисти, предимно млади в активна до 40 г. Поравно са разпределени живеещите в централните и извън централни части/райони на града.

4. Анализ на откриване на изложба „Корпус“

Проявата в обективни показатели

Изложбата се е състояла на 20 юни от 18:30 ч. в Софийски Арсенал. Както сред участниците, така и сред публиката е имало представители от чужбина. Сред публиката са присъствали хора с увреждания, възрастни хора, професионална гилдия и студенти. Проявата не е била адаптирана за чуждестранна публика, както и за хора с увреждания. Публиката е била до 50 души, като около 1/3 от капацитета на пространството е бил запълнен. Проявата е била със смесен характер. Достъпът до събитието е бил свободен.

Реализираните анкети с посетители са 5.

Оценки на публиките за проявата

Анкетираната аудитория е дала средна към ниска оценка за цялостна удовлетвореност от събитието 5,5 по десетобална скала от 1 до 10.

Отчетено е преобладаващо присъствие на традиционна публика - 3 души, спрямо двама нови посетители.

Локацията и времето на провеждане са определени като подходящи от мнозинството посетители.

Обхванатите в анкетата са се информирали за проявата от различни източници - печатни издания/културни гайдове (Програмата), реклама в сайта на организацията, която го провежда, сайт на Столична община, културен гид на СО – Арт План, приятели и познати и други източници.

Преобладават жените – 3 от тях. Има представители от всякакви възрасти, като от тях 2 души са на средна възраст до 50 години. Всички са висшисти. Почти всички респонденти живеят в централни части на града, само един е посочил, че живее в периферен на центъра район.

11. СТОЛИЦА ЛИТЕРАТУРА



Фестивалът в обективни показатели

Единадесетото издание на международната платформа „Столица Литература“ е проведено на 12, 17-19 юни 2019 г. Събитията от фестивала са проведени на 6 локации в центъра на София: пространство пред Народен театър „Иван Вазов“, литературен клуб „Перото“, Библиотека по англицистика и американистика към СУ, Павилион 19 - Фондация „Гъливер клиринг хауз“, галерия "София", Клуб 1-НДК. . В програмата са включени 11 събития с представители на 6 държави - България, Германия, Ирландия, Великобритания и САЩ. Тазгодишното издание поставя фокус върху съвременната имигрантска литература.

В мониторинга са обхванати 2 събития (дискусия и литературно четене на български и английски) състояли се в литературен клуб „Перото“ в центъра на столицата. Всички събития са били на закрито.

Във всички посетени събития има изразено международно участие и наличие на чуждестранни посетители. Анкетният екип е отчел и представители на ученици (1 случай), като и в двата случая се наблюдава присъствието на възрастни хора, професионална гилдия и студенти .

Всички събития са били адаптирани за чуждестранна публика поне по един от следните начини: наличие на плакат/анонс на английски език (2 прояви), симултанен превод (1 проява), субтитри (1 проява), представяне на изпълнителите, програмата и/или съдържанието на английски език (в 1 от 2 случая).

При всички събития пространството, в което се е провело мероприятиято, е било адаптирано за хора с физически увреждания – съоръжения за хора с увреждания (1 проява), адаптираност за нечуващи хора (1 проява).

Една от двете посетени прояви е имала елементи на взаимодействие с публиката.

Всички прояви са били с аудитория до 50 души – 20 (на едно събитие). Капацитетът на пространството е бил запълнен по-малко от 1/3 (в 1 случай) и около 1/2.

Едно от събитията е било подходящо за широк кръг публика, само едно е било предназначено за ученици от 7 до 18 г. Достъпът до проявите е бил свободен.

Реализираните анкети с посетители са 10.



Оценки на публиките за фестивала

Посетителите изразяват висока удовлетвореност от събитието – средната оценка по показателя е 8,1 по десетобалната скала от 1 до 10.

Равен е делът на традиционната публика (1/2) спрямо тези, които са посетили фестивала за първи път. Локацията и времето на провеждане на събитието са определени като достъпни от всички посетители.

Респондентите са се информирали за събитията основно от приятели и познати (5 от тях), а след това от социалните мрежи, реклама в сайта на организацията, която го провежда и от билбордове.

Като социално-демографски профил посетителите са предимно жени – 6 от 10. Има представители на различни възрастови групи, като преобладават хората на възраст 41-50г., но има млади и хора на възраст 31-40г. Всички обхванати в мониторинга са висшисти. Равен е делът на живеещите в центъра – спрямо живеещите в периферни квартали.



Медийни отзиви за фестивала

Предоставените от организатора медийни отзиви за фестивала са 9, като всички са подходящи за обработка. Всички материали са поместени в интернет издания, като 6 от тях са специализирани за изкуство/култура, 3 са в масови медии. В пет от случаите публикациите предхождат началото на фестивала, в останалите са след неговото провеждане. Всички отзиви имат информативен характер, като тонът на заглавията им е изцяло неутрален. В съдържателно отношение също доминират неутрално звучащите текстове (6 от 9 случая), липсват негативни конотации за събитието. Столична община като партньор на събитието се споменава в едва две от девет публикации. Преобладават отзивите на български език, два от материалите са публикувани на английски.

12.ДЕТСКИ ПАНАИР СОФИЯ



Фестивалът в обективни показатели

Мултижанровият фестивал „Детски панаир“ е проведен на 1 юни 2019 година. Тазгодишното издание е поместено в 5 локации в центъра на София - градинката пред Народен театър „Иван Вазов“, Музей за история на София, Етнографски музей, Софийска градска художествена галерия и Национален Природонаучен музей. Културната програма включва над 60 културно-образователни инициативи за деца – ателиета, спорт, музикални и театрални спектакли, танци и игри. Достъпът до всички мероприятия е бил свободен.

В обхвата на мониторинга попада откриването на фестивала и детска работилница. Мястото на провеждане е на открито, в градинката пред Народен театър „Иван Вазов“.

Сред участниците е имало чужденци, както и присъствие на чуждестранна публика. Сред посетителите от следните групи - деца, ученици, хора с увреждания, възрастни хора. Проявата се провежда основно на открито.

Фестивалът е бил адаптирани за чуждестранна публика чрез наличието на плакат/анонс на английски език. Пространството не е било подходящо и за хора с физически увреждания.

Фестивалът има изцяло интерактивен характер.

Посетителите са били между 1001 – 1500 души, като капацитетът на пространството е бил почти запълнен. Проявата е предназначена за деца.

Реализираните анкети с посетители са 11.



Оценки на публиките за фестивала

Посетителите са високо удовлетворени от събитието – средната оценка за цялостна удовлетвореност е 9 по скала от 1 до 10.

Фестивалът привлича нова публика – посещава се за първи път от над 2/3 от анкетиранияте, спрямо присъствалите на предишни издания.

Локацията и времето на провеждане на събитието са определени като достъпни от всички посетители.

Респондентите са се информирали основно от социалните мрежи (55%). Застъпени са и сайтът на Столична община (18%), както и телевизионно/радио предаване, приятели/познати, Интернет като цяло.

Над 2/3 от анкетиранияте посетители са жени, млади хора в активна възраст 31-40 години. Мнозинството са висшисти. Извън центъра живеят 2/3 от анкетиранияте респонденти, останалите са жители на централната част на столицата.



Медийни отзиви за фестивала

Медийните публикации за фестивала не са налични към момента на изготвяне на доклада.

13. ФЕСТИВАЛ МАЛЪК СЕЗОН



Фестивалът в обективни показатели

Двадесетото юбилейно издание на „Малък сезон“ е проведено в периода 26 юни - 05 юли 2019. Събитията от фестивала са реализирани в центъра на столицата в театър „Сфумато“ и градината пред него. В програмата са включени пърформанси, танцови и работни представления, кинопрожекции и изложба, както и 7 ателиета за актьорски техники, танц и импровизация, хореография, физически и вокален пърформанс, драматургия, критическо писане, проектно писане и теория. Фестивалът е домакин на международни гости от Норвегия, Франция, Люксембург, Австрия, Италия и Словения.

В рамките на мониторинга са обхванати 10 прояви, състояли се в пространствата на театър „Сфумато“. Посетени са театрални представления (6 прояви), танцови спектакли (2 прояви), кинопрожекция (1 проява), четене на сценарий (1 проява).

В малка част от проявите участват чуждестранни артисти – 2 от 10. В 4 от посетените прояви са регистрирани чуждестранни посетители. По отношение на специфичните целеви групи анкетъорските екипи са отчетели: ученици (на 2 от проявите), хора с увреждания (на 1 от проявите), професионална гилдия (8 от 10) и студени – в 8 от 10 случая. Всички прояви са се провели на закрито.

Три от събитията са били адаптирани за чуждестранна публика пили чрез наличие на плакат/анонс на английски език – 2 от 10 случая, или чрез субтитри – в 1 случай. Седем прояви не са били адаптирани за чуждестранна публика.

Локацията не е подходяща за хора с физически увреждания.

В 2 от 10 събития проявата е имала елементи на взаимодействие с аудиторията, чрез провокация или игра с публиката.

½ от събитията са били с публика до 50 души (5 от тях), в 3 случая е била между 51 и 100, а от 101-500 души в 2 случая. Капацитетът на пространствата е бил запълнен (на 5 прояви), около 1/3 (на 3 прояви), около 2/3 – на 1 от тях и повече от 2/3 (1 от тях).

Осем от проявите са били със смесен характер, за професионалисти (1 от тях) и подходящо за деца/ученици, така и за възрастни – 1 от 10. Достъпът до всички събития е бил свободен.

Реализираните анкети с посетители са 95.



Оценки на публиките за фестивала

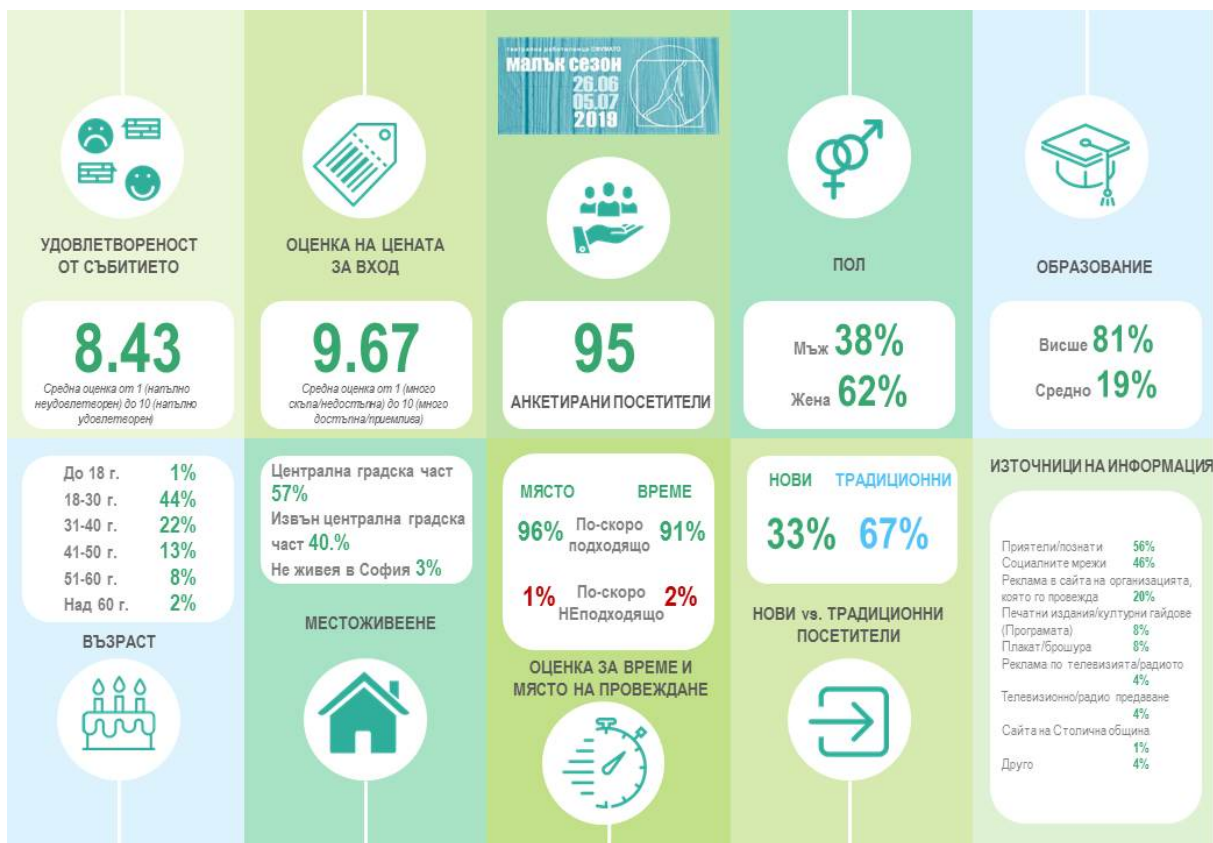
Анкетираните посетители са високо удовлетворени от събитията – средната оценка за цялостна удовлетвореност е 8,43 по десетобална скала от 1 до 10.

Фестивалът в голяма степен привлича традиционна публика – 67% са присъствали и на предишни издания, докато 1/3 са новите посетители.

И локациите, и времето на провеждане на събитията са определени като достъпни от мнозинството посетители.

Три са основните информационни източници за събитията – приятели/познати (55%), социалните мрежи (44%) и реклама в сайта на организацията, която го провежда (20%). Макар по-слабо, посетителите на фестивала са се информирали и от други канали като - печатни издания/културни гайдове като „Програмата“ (8%), плакат/брошура (8%). Най-малко са се информирали от реклама по телевизията/радиото, от телевизионно/радио предаване, сайта на Столична община от други източници – НАТФИЗ, колеги, традиционно посещение на фестивала. Timeheroes.

Като социално-демографски профил посетителите са с доминация на женската публика (62% спрямо 38% в полза на жените), значителна част са млади хора в активна възраст до 30 г. (44%) и представителите до 40 години (22%), високо образовани – 81% висшисти. Съотношението между живеещи в централната е по-голямо (57%), спрямо живеещите в център-периферия – 40%. Трима живеят извън София.



Медийни отзиви за фестивала

За фестивала са предоставени 42 медийни публикации, като от тях 32 са били годни за обработка и анализ. Отзивите са предимно в интернет сайтове (27 случая), а 5 са поместени в печатни издания – вестници-ежедневници. Преобладават масовите медии, в 1/3 от случаите материалите са в специализирани издания за изкуство/култура. Почти всички публикации предхождат началото на Малък сезон, като имат информативен характер (27 случая). Сред отзивите са налични и 3 интервюта с участник/организатор, както и два аналитични материала. Тонът на заглавията на малко над половината отзиви е неутрален (18 бр.), в останалите случаи е положителен. В съдържателно отношение е ясно изразено положителното звучене на медийните публикации. Столична община като финансиращ партньор на събитието се споменава в 9 от 32 случая. Всички публикации са на български език.

1. Анализ на танцов спектакъл Alien Express (театър Люблина)

Проявата в обективни показатели

Събитието се е състояло на 26 юни от 20 до 21 часа в театър „Сфумато“. Сред участниците е имало представители от чужбина. В публиката са присъствали – чуждестранни посетители, възрастни хора професионална гилдия и студенти. Проявата не е била адаптирана за чуждестранна публика. Локацията не е имала съоръжения за хора с физически увреждания. Аудиторията е била между 51-100 души.

Около 1/2 от капацитетът на залата е бил запълнен. Проявата е била със смесен характер. Достъпът до събитието е бил свободен.

Реализираните анкети с посетители са 10.

Оценки на публиките за проявата

Участниците в анкетата са високо удовлетворени от проявата – средна оценка за степен на удовлетвореност 9,67 по десетобалната скала от 1 до 10.

Почти всички анкетираните – 9 от 10 души са посещавали и предишни издания на проявата. Мястото и времето на провеждане са определени като подходящи от анкетираните.

Цената на билета е определени като достъпна – 9,36 по десетобална скала от 1 до 10

Посетителите са се информирали за събитието най-вече от социални мрежи (5 от 10). Застъпени са реклама в сайта на организацията, която го провежда, печатни издания/културни гайдове (Програмата), плакат/брошура, приятели и познати и телевизионно/радио предаване.

Поравно е разпределението на жени спрямо мъже. Публиката е предимно на възраст между 18-30 и 41-50 години. Мнозинството са висшисти, като 9 от 10 души са посочили, че живеят в централни райони на София.

2. Анализ на моноспектакъл „Последна радост“ - по разкази на Й. Йовков

Проявата в обективни показатели

Събитието се е състояло на 27 юни от 18-19 ч. в голямата зала на театър „Сфумато“. Сред участниците не е имало представители от чужбина. В публиката са присъствали – възрастни хора, професионална гилдия и студенти. Проявата не е била адаптирана за чуждестранна публика. По време на постановката е имало провокация въвличаща публиката във взаимодействие с участниците. Локацията не е била адаптирана за хора с физически увреждания. Аудиторията е била до 50 души, като около 1/2 от капацитетът на залата е бил запълнен. Проявата е със смесен характер. Входът за събитието е бил свободен.

Реализираните анкети с посетители са 7.

Оценки на публиките за проявата

Анкетираните изразяват висока оценка за събитието – средна оценка 8,43 от 10.

Поравно са разпределени посетителите, които посещават изданието за първи път, спрямо традиционната публика. Локацията и времето на провеждане са определени като подходящи от почти всички анкетираните, само един е посочил, че локацията и времето на провеждане са неподходящи.

Респондентите са разбрали за събитието – от приятели/познати (4 от 7). Най-малко, но не на последно място са се информирали от реклама в сайта на организацията, която го провежда, телевизионно/радио предаване и сайт на Столична община.

По-голям дял от анкетираните заемат жените, предимно млади хора между 18-30 и 31-40 годишни. Петима са висшисти, само двама от тях са със средно образование. В централни части на града живеят 5 души, спрямо двама от извънцентрални райони на София.

3. Анализ на пърформънс „In-Ex_Files_Drops“

Проявата в обективни показатели

Танцовият спектакъл се е провел на 28 юни от 20:30-21 ч. в камерна зала на театър „Сфумато“. Сред участниците не е имало представители от чужбина. В публиката са присъствали – чужденци, хора с увреждания, професионална гилдия и студенти. Проявата не е била адаптирана за чуждестранна публика. Локацията не е имала съоръжения за хора с физически увреждания. Аудиторията е била до 50 души, като конкретният и брой е 25 души. Около 1/2 от капацитетът на залата е бил запълнен. Проявата е била със смесен характер. Входът за събитието е бил свободен.

Реализираните анкети с посетители са 7.

Оценки на публиките за проявата

Анкетираните са по-скоро удовлетворени от проявата – средна оценка 6,67 от 10.

Сред анкетираните е отчетена предимно традиционна публика – 5 души. Локацията и времето на провеждане са определени като подходящи от почти всички респонденти.

Респондентите са разбрали за събитието най-вече – приятели/познати (5 от 7) и социални мрежи (3 от 7). В по-малка степен са застъпени реклама по телевизията/радиото, реклама в сайта на организацията, която го провежда и колеги.

Преобладават жените – 5 души, предимно млади в активна възраст 31-40 години. Всички са висшисти. Трима от респонденти живеят извън центъра, като двама посочват, че не живеят в София.

4. Анализ на спектакъл „Предложение“ - по Чехов

Проявата в обективни показатели

Спектакълът се е състоял на 29 юни от 19 до 20 часа в голямата зала на театър „Сфумато“. Сред участниците не е имало представители от чужбина. Присъствали са следните специфични групи – чужденци, ученици, възрастни хора, професионална гилдия и студенти. Проявата е адаптирана за чуждестранна публика с плакат/анонс на английски език. Локацията не е била адаптирана за хора с физически увреждания. Аудиторията е била между 51-100, като повече от 2/3 от капацитетът на залата е бил запълнен. Проявата е била от смесен тип. Входът за събитието е бил свободен.

Реализираните анкети с посетители са 12.

Оценки на публиките за проявата

Респондентите са изразили висока удовлетвореност от проявата – средна оценка 8,25 от 10.

Над 2/3 от анкетираниите са посещавали и предишни издания на проявата, спрямо трима, които го посещават за първи път. Локацията и времето на провеждане са приети като подходящи за почти всички респонденти. Само един посочва, че времето на провеждане на събитието е неподходящо.

Посетителите са се информирали най-вече от приятели/познати и социални мрежи. В малка степен са посочени печатни издания/ културни гайдове (Програмата), реклама в сайта на организацията, която го провежда и традиционно посещение на фестивала.

Сред анкетираниите силно доминират жените. Има представители на всички възрасти, като най-концентрирани са в групата на 51-60 годишните. 2/3 са висшисти, четирима са със средно образование. Над 1/2 живеят извън центъра на града, спрямо живеещите в центъра – 5 души.

5. Анализ на представление „Роден край“

Проявата в обективни показатели

Събитието се е състояло на 1 юли от 19 до 20:30ч. в голямата зала на театър „Сфумато“. Сред участниците не е имало представители от чужбина. В публиката са възрастни хора. Проявата не е била адаптирана за чуждоезична публика. Локацията няма съоръжения за хора със специфични нужди. Аудиторията е била между 51-100 души, като около 2/3 от капацитетът на залата е бил запълнен. Проявата е била със смесен характер. Входът за събитието е бил свободен.

Реализираните анкети с посетители са 11.

Оценки на публиките за проявата

Анкетираната аудитория е високо удовлетворена от проявата – средна оценка за степен на удовлетвореност 9,45 по десетобалната скала.

Почти всички посетителите са посещавали предишни издания на проявата – 10 от 12. Мястото и времето на провеждане са определени като подходящи от мнозинството от посетителите.

Посетителите са се информирали предимно от социални мрежи (9 от 12) и приятели/познати (5 от 12). Застъпени са печатни издания/културни гайдове „Програмата“, реклама в сайта на организацията, която го провежда. Най-малко са се информирали от реклама по телевизията/радиото, телевизионно/радио предаване и плакат/брошура.

Профилът на анкетираниите посетители е доминиращо женски – 10 от тях, млади на възраст 18-30 и 31-40 годишни. Предимно висшисти, само трима от тях са със средно образование. 9 от респондентите са заявили, че живеят в центъра на София, спрямо трима от периферни райони на града.

6. Анализ на четене на сценарий „Любовта умира“

Проявата в обективни показатели

Проявата се е състояло на 1 юли от 21:30 до 22:30 ч. в зала "Underground" на театър „Сфумато“. Сред участниците не е имало представители от чужбина. В публиката са присъствали – възрастни, професионална гилдия и студенти. Проявата не е била адаптирана за чуждоезична публика. Локацията не е пригодена за хора с увреждания. Аудиторията е била до 50 души, като конкретният брой на публиката е 33 души. Залата е била пълна. Проявата е предназначена за професионална гилдия. Входът за събитието е бил свободен.

Реализираните анкети с посетители са 9.

Оценки на публиките за проявата

Респондентите са удовлетворени от проявата – със средна оценка 7 от 10 по десетобалната скала от 1 до 10.

2/3 са присъствали и на предишни прояви на изданието – 6 от тях. Локацията и времето на провеждане са приети като напълно подходящи от респондентите.

Обхванатите участници в анкетата са разбрали за проявата предимно от приятели/познати (7 от 9). На второ и трето място от реклама в сайта на организацията, която го провежда и социални мрежи. Най-малко са се информирали от печатни издания/културни гайдове (Програмата), телевизионно/радио предаване, Facebook, ежегодно посещение на изданието.

Профилът на респондентите се състои от млади хора между 18-30 г. и 31-40 годишните, като има представители на средна възраст до 50 години. Преобладава мъжкото присъствие, като всички са висшисти. По голям дял заема публиката живееща в центъра на града – 5 души, спрямо 4 от периферни райони.

7. Анализ на филма „Обесени от облаците“ - дипломен филм

Проявата в обективни показатели

Прожекцията се е състояла на 3 юли от 18 до 19ч. в камерна зала на театър „Сфумато“. Сред участниците няма международно участие. В публиката не са регистрирани специфични групи хора. Филмът не е адаптиран за чужденци. Локацията не е пригодена за хора с физически увреждания. Аудиторията е до 50 души, като залата е била запълнена. Проявата е била подходяща както за деца/ученици, така и за възрастни. Входът за събитието е бил свободен.

Реализираните анкети с посетители са 5.

Оценки на публиките за проявата

Анкетираните посетители демонстрират висока удовлетвореност от събитието – средна оценка 9,4 по десетобалната скала.

Почти всички респонденти посещават събитието за първи път. Локацията и времето на провеждане са приети като подходящи от респондентите.

Повечето от запитаните са научили за събитието от социални мрежи. Застъпени са от реклама по телевизията/радиото, плакат/брошура и приятели/познати.

Профилът на респондентите е съставен предимно от мъже – 3 от 5, млади до 30 години и в групата до 31-40 годишните. Почти всички са с висше образование. В центъра на града живеят 4 от 5 души.

8. Анализ на постановката „Нирвана“ - ДКТ „Васил Друмев“ - гр. Шумен

Проявата в обективни показатели

Постановката е проведена на 3 юли от 19 до 20:30 ч. в голямата зала на театър „Сфумато“. Сред участниците не е имало чуждестранно присъствие. В публиката са присъствали следните групи – ученици, възрастни хора, професионална гилдия и студенти. По време на проявата е имало наличие на плакат/анонс на английски език. Локацията не е била адаптирана за хора с физически увреждания. Аудиторията е била между 101-500 души, като броят на публиката е 130 души. Залата е била запълнена. Проявата е била със смесен характер. Входът за събитието е бил свободен.

Реализираните анкети с посетители са 16.

Оценки на публиките за проявата

Посетителите са високо удовлетворени от събитието – средна оценка 8,81 по десетобалната скала.

Над 1/2 от анкетираните са присъствали и на предишни издания на проявата. Локацията и времето на провеждане са определени единодушно като напълно подходящи от анкетираните.

Посетителите са научили за събитието от два основни източника свои приятели/познати и социални мрежи. На второ място са се информирали от реклама в сайта на организацията, която го провежда. Най-малко са се информирали от плакат/брошура и други източници.

Профилът на респондентите е съставен предимно от жени – 10 от тях. Представители на младите и средни поколения, като най-много са младите до 30 години. Обхванатите в анкетата са предимно с висше/полувисше образование, 5 души са със средно образование. Над 1/2 са респондентите живеещи извън центъра на града. Един е посочил, че не живее в София.

9. Анализ на постановка „Мишеловката“

Проявата в обективни показатели

Дискусията е проведена на 4 юли от 18 до 19 ч. в голяма зала на театър „Сфумато“. Сред участниците е имало представители от чужбина. В публиката са присъствали – чуждестранни посетители, възрастни хора, професионална гилдия и студенти. Проявата не е била адаптирана за чуждестранна публика. Локацията не е имала съоръжения за хора с физически увреждания. Публиката е била между 101-500 души,

като капацитетът на залата е бил запълнен. Проявата е от смесен тип. Входът за събитието е бил свободен.

Реализираните анкети с посетителите са 12.

Оценки на публиките за проявата

Аудиторията е високо удовлетворена от събитието – средна оценка 7,92 по десетобалната скала.

7 от 12 души са на традиционната публика. Локацията и времето на провеждане са определени като подходящи от всички анкетираните.

Посетителите са разбрали за събитието основно от приятели и познати. На второ и трето място са посочени социални мрежи и плакат/брошура. Най-малко са се информирали от други източници – НАТФИЗ и Timeheroes.

Респондентите са предимно жени – 7 от 12, млади хора в групите 18-30 години. Всички са предимно с висше образование. 2/3 от тях живеят извън центъра на столицата.

10. Анализ на спектакъл „Сънят“

Проявата в обективни показатели

Спектакълът е проведен на 4 юли от 21 до 22:30 ч. в камерна зала на театър „Сфумато“. Сред участниците не е имало представители от чужбина. В публиката са присъствали представители от групите - възрастни, професионална гилдия и студенти. Проявата не била адаптирана за хора с увреждания. Аудиторията е била до 50 души, като капацитетът на залата е бил почти запълнен. Събитието е от смесен тип. Входът за проявата е бил свободен.

Реализираните анкети с посетителите са 6.

Оценки на публиките за проявата

Анкетираната аудитория изразява висока удовлетвореност от посетената проява – средна оценка 8,17 от 10 по десетобалната скала.

Почти всички са традиционни посетители на изданието. Локацията и времето на провеждане са определени като подходящи от всички запитани.

Основните информационни източници за събитието са били социални мрежи (1/2 от анкетираните), реклама по телевизията/радиото, печатни издания/културни гайдове „Програмата“, реклама в сайта на организацията, която го провежда, плакат/брошура и приятели/познати.

Сред анкетираните преобладават мъжете – 2/3 от тях. Основно млади между 18-30 години. Мнозинството са висшисти. Всички анкетираните са посочили, че живеят в центъра на столицата.

14. A TO JAZZ



Фестивалът в обективни показатели

Деветият A to Jazz се проведе между 5-7 юли 2019г. в Южен парк 2. Тазгодишното издание представи на публиката едни от най-добрите световни и български джазмени. Тази година изданието е посветено на младото поколение в музиката и новото звучене, а хедлайнери са били Jacob Collier, Christian Scott aTunde Adjuah и Ghost-Note. Във фестивалната програма са включени традиционните джем сешъни и детска образователна програма. В рамките на фестивалната зона се проведе традиционният арт-базар, както и официален мърчъндайз.

В мониторинга са обхванати прояви от трите фестивални дни: Детска работилница и 2 концертни вечери. Всички събития са на открито, а локацията е в центъра на столицата.

На две от трите фестивални вечери е имало чуждестранни участници в реализацията на събитията. В посетените прояви са регистрирани и чуждестранни посетители. По отношение на специфичните целеви групи, анкетъорските екипи са регистрирали - деца (на 3 от 3 събития), ученици (на 3 от 3), хора с увреждания (на 2 събития), професионална гилдия (2 събития) и студенти (2 събития).

2 от 3 прояви са били адаптирани за чуждестранна публика с наличие на плакат/анонс на английски език. Мястото на провеждане не е било подходящо за хора с физически увреждания.

И трите посетени прояви имат интерактивен характер.

На детската работилница са присъствали между 51-100 души, в останалите два дни е имало над 2000 посетители. Пространството е било запълнено изцяло в 2 от трите посетени събития. Две от проявите са били със смесен характер, само една е предназначена за деца. Достъпът до събитията е свободен.

Реализираните анкети с посетители са 69.



Оценки на публиките за фестивала

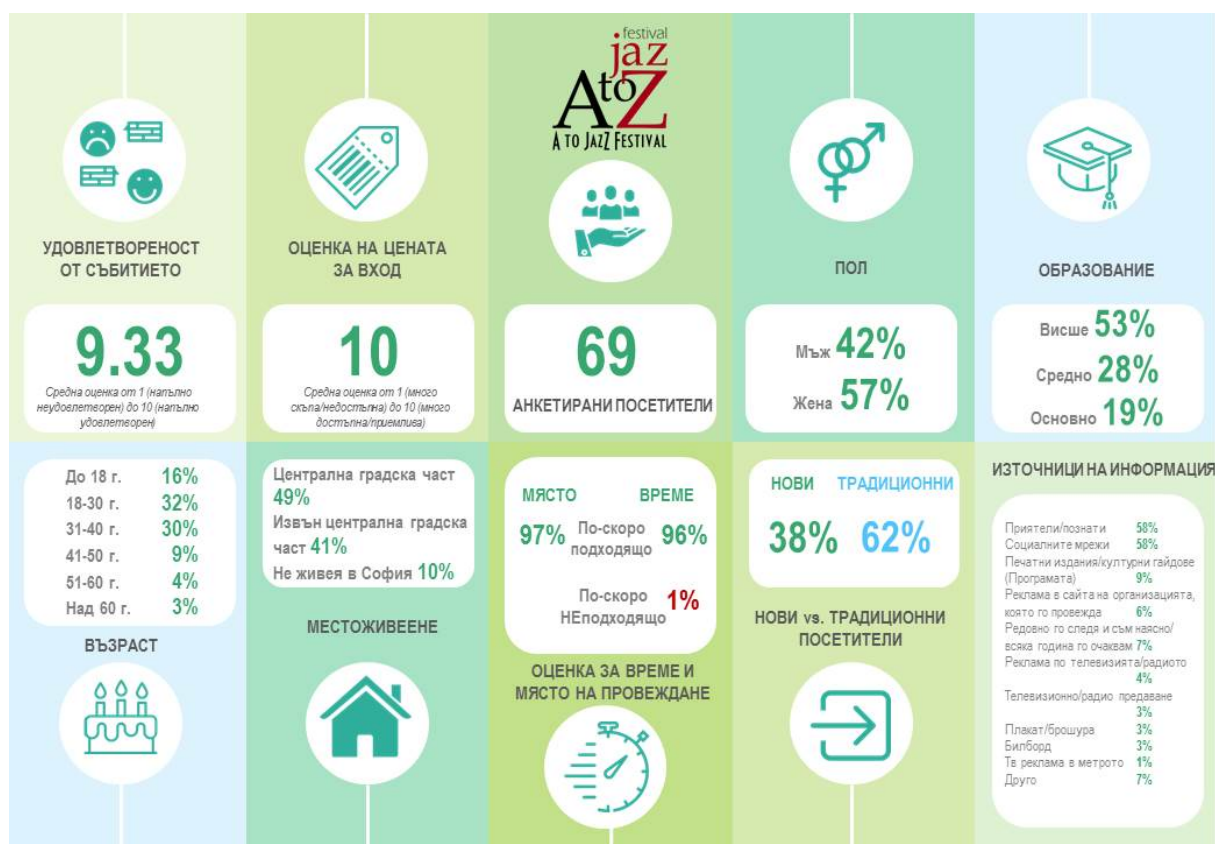
Анкетираните посетители са високо удовлетворени от събитието – средната оценка за цялостна удовлетвореност е 9,33 по десетобална скала от 1 до 10.

Посетилите предишни издания на A to Jazz са 62%, докато 38% са новопривлечена аудитория.

Локацията и времето на провеждане на събитието са определени като достъпни от мнозинството посетители.

Анкетираните са се информирали основно от приятели/познати (58%) и социални мрежи (57%). По-слабо са застъпени печатни издания/културни гайдове (Програмата) – 9%. Най-малко са се информирали от реклама в сайта на организацията, която го провежда, реклама по телевизията/радиото, телевизионно/радио предаване, плакат/брошура, билборд, тв реклама в метрото и други източници - традиционно или случайно посещение, Фейсбук.

Профилът на публиката е предимно от жени 57%, спрямо 42% мъже. 1/3 от посетителите са млади до 30 години, включително под 18 годишни (48%) и представители между 31-40 години (30%). До 18 годишни са 16% от анкетираните. Висшисти са 53%, а с по-ниско от средното – 19%. В централните части на града живеят около половината анкетирани посетители (49% от тях), спрямо 41% живеещи извън центъра. 10% от анкетираните не живеят в София.





Медийни отзиви за фестивала

За фестивала са предоставени 189 медийни материала, от които подходящи за обработка и анализ са 170. Силно доминират публикациите в интернет сайтове (92%), останалата част са разпределени съответно в телевизии (4%), печатни издания – ежедневни вестници (3%), и сумарно 1% са в радиа и месечни списания. Преобладават масовите издания (77%), останалата част са в специализирани портали/издания за изкуство и култура (23%). По-голямата част от публикациите предхождат началото на фестивала (87%), като представляват информация/анонс за събитието (89%). Интервютата с участници /организатори са 8%, а аналитичните коментари/статии – 3% от общия обем на отзивите. Тонът на заглавията е предимно неутрален (в 75%) от случаите, докато на съдържанията е положителен (88%). Столична община активно се споменава като партньор на събитието – присъства в 58% от публикациите. Мнозинството от материалите са публикувани на български език –97%, в 3% от случаите отзивите са на английски език.

1. Анализ на откриване на фестивала

Проявата в обективни показатели

Откриването се е състояло на 5 юли от 19 часа на открито в Южен парк - 2. Сред участниците, както и сред публиката е имало представители от чужбина. В публиката е имало разнообразни групи посетители – деца, ученици, възрастни хора, хора с увреждания, професионална гилдия и студенти. Проявата е имала наличие на плакат/анонс на английски език. Локацията не е имала съоръжения за хора с физически увреждания. Проявата има елементи на взаимодействие с публиката. Аудиторията е била над 2000 души, като капацитетът на пространството е бил запълнен. Проявата е подходяща за всички социални групи. Входът за събитието е бил свободен.

Реализираните анкети с посетители са 30.

Оценки на публиките за проявата

Респондентите демонстрират висока удовлетвореност от събитието – 9,13 по десетобалната скала от 1 до 10.

Над 1/2 от респондентите са посещавали и други издания на проявата – 16 души. Локацията и времето на провеждане на проявата са определени като подходящи от почти всички респонденти. Двама не са могли да преценят.

Анкетираните са се информирали основно от неформални източници: приятели/познати (60%), и социални мрежи (57%). Най-малко споменати са печатни издания/културни гайдове (Програмата), реклама в сайта на организацията, която го провежда, телевизионно/радио предаване, плакат/брошура, традиционно посещение, реклама по телевизията/радиото, билборд и личен интерес.

Има лек превес на мъжете – 50%, спрямо жените – 47%. Анкетираните посетители са млади до 30 годишни (40%) и до 40 години (20%). 17% са в групата до 18 години.

Поравно са разпределени висшистите, спрямо тези със средно образование, като 20% от анкетираните са с основно образование. 16 са респондентите живеещи извън центъра на града, спрямо 10 от централни райони. Четирима са посочили, че живеят извън София.

Анкетираните посетители са основно млади до 30 годишни. Преобладава женското присъствие сред респондентите. Мнозинството с висше/полувисше образование, само трима са със средно. По-голямата част от посетителите споделят, че живеят в извън централни части на града – 8 души, като само един е посочил, че живее извън София.

2. Анализ на ателие за деца и концерт „Бразилското влияние в джаза“

Проявата в обективни показатели

Събитието се е състояло на 6 юли между 10:30 ч. на открито в Южен парк - 2. Сред участниците не е имало международно присъствие, както и сред посетителите. Проявата не е адаптирана за чужденци. Локацията не е била адаптирана за хора с увреждания. По време на събитието е имало елементи на взаимодействие с публиката. Аудиторията е била между 51-100 души. Събитието е предназначено за деца. Входът за проявата е бил свободен.

Реализираните анкети с посетители са 9.

Оценки на публиките за проявата

Респондентите изразяват висока удовлетвореност от събитието – 9,67 по десетобалната скала от 1 до 10.

Почти всички са посещавали проявата и в други издания – 8 от 9 души. Локацията и времето на провеждане на проявата са определени като подходящи от почти всички респонденти. Само един е посочил, че времето на провеждане на събитието не е подходящо.

Аудиторията се е информирала за събитието основно от приятели и познати (44%) и социални мрежи (33%). Застъпени са реклама в сайта а организацията, която го провежда, случайно посещение и Facebook.

По-голямата част от анкетираните са жени - 7 от 9 души. Анкетираните посетители са млади в групите 31-40 и 41-50 годишни. Мнозинството са висшисти. Почти всички живеят в централната част на града – 9 от тях.

3. Анализ на заключителна вечер с хедлайнери - Mey Feat Jcat, Ritmos Negros, Jacob Collier

Проявата в обективни показатели

Събитието се е състояло на 7 юли от 19 часа на открито в Южен парк - 2. Сред участниците, както и сред публиката е имало представители от чужбина. В публиката са отчетени разнообразни групи посетители – деца, ученици, възрастни хора, хора с увреждания, професионална гилдия и студенти. Проявата е имала наличие на плакат/анонс на английски език. Локацията не е била осигурена със съоръжения за

хора с физически увреждания. Проявата има елементи на взаимодействие с публиката. Аудиторията е била над 2000 души, като капацитетът на пространството е бил запълнен. Събитието е подходящо за всички социални групи. Входът за концерта е бил свободен.

Реализираните анкети с посетители са 30.

Оценки на публиките за проявата

Респондентите демонстрират висока удовлетвореност от събитието – 9,43 по десетобалната скала от 1 до 10.

60% от респондентите са посетили проявата за първи път. Локацията и времето на провеждане на проявата са определени като подходящи от почти всички респонденти. Един не е могъл да прецени.

Респондентите се информират основно от неформални източници: социални мрежи (63%) и приятели/познати (60%). Най-малко споменати са реклама по телевизията/радиото, печатни издания/културни гайдове (Програмата), традиционно посещение на фестивала, реклама в сайта на организацията, която го провежда, билборд, тв реклама в метрото.

Преобладават жените – 60%, спрямо 40% мъже. Анкетираните посетители са на средна възраст до 40 години (40%) и млади между 30 години (27%). Концентрация има и в групата до 18 години – 20%. Мнозинството са висшисти – 60%, спрямо 40% със средно/основно образование. 16 са респондентите живеещи в центъра на града, спрямо 11, които живеят в периферни райони. Трима са посочили, че живеят извън София.

15. СПОДЕЛЕТЕ МУЗИКАТА В ДВОРЕЦА ВРАНА



Фестивалът в обективни показатели

Цикълът концерти „Споделете музиката в двореца Врана 2019“ на Софийската филхармония е проведен между 7-10 юли в парк „Врана“ и зала „България“ (залата е използвана в случаите, когато времето не е позволявало изпълнението на концертите

на открито). И тази година в програма на фестивала са включени – оперна гала, симфоничен и камерен концерт и детска програма (детско ателие и концерт)

От заглавията в програмата на фестивала в мониторинга попадат 2 концертни вечери и детско ателие, проведени в парк „Врана“ (2 прояви) и зала „България“ (1 проява).

В проявите има международно участие – 2 от 3. По отношение на специфичните целеви групи, анкетъорските екипи са регистрирали чуждестранни посетители (1 проява), деца (в 1 проява), ученици (1 проява), а най-често се наблюдава присъствието на възрастни хора – 3 от 3 случая.

Само една от посетените прояви е била адаптирана за чуждестранна публика – наличие на плакат/анонс на английски език.

Пространството, в което са се провели две от проявите, не е било адаптирано за хора с физически увреждания.

Само в 1 от 3 прояви е преминала под формата на игра с публиката.

На събитията са присъствали до 50 души (1 проява), 101-500 души (1 проява) и между 501-1000 души (1 проява). Капацитетът на пространствата е бил запълнен при 2 от събитията, по-малко от 1/3 – на едно събитие. Две посетени прояви са били със смесен характер, а една е била предназначена за деца. Проявите са с платен достъп.

Реализираните анкети с посетители са 29.



Оценки на публиките за фестивала

Респондентите са високо удовлетворени от събитието – средната оценка за цялостна удовлетвореност е 9,46 по десетобална скала от 1 до 10.

Проявата привлича нова публика – 15 от 29 души за първи път посещават фестивала, докато 14 са традиционни посетители.

Локацията и времето на провеждане на събитието са определени като достъпни от мнозинството от посетителите.

Цената на билетите за посещение е определена като по-скоро достъпна – 7,72 по десетобална скала от 1 до 10.

Информация за събитията е достигнала до публиката чрез различни източници, като най-често споменавани са социалните мрежи (24%) и неформални източници - приятели и познати (24%). Сред източниците присъстват и реклама по телевизията/радиото (17%), реклама в сайта на организацията, която го провежда (17%). По-рядко споменати са печатни издания/културни гайдове като Програмата, плакат/брошура, телевизионно/радио предаване, реклама в метрото и други източници – зала „България“, Фейсбук, традиционно посещение.

Профилът на посетителите е предимно женска публика (21 жени, спрямо 8 мъже). Има представители от всички възрасти, като най-много са в групата до 60 години. На второ място е равно разпределението на посетителите до 40 и над 60 годишна възраст. Респондентите са високо образовани – 86% висшисти. Извън центъра живеят над 2/3 от аудиторията (22 души).



Медийни отзиви за фестивала

За фестивала са предоставени 50 медийни отзива, от които подходящи за обработка и анализ са 38. Почти всички отзиви са поместени в интернет сайтове, с изключение на две телевизионни и една радио публикации. Всички материали са публикувани преди началото на фестивала, като почти изцяло (34 случая) представляват информация за събитието. В три от случаите това са интервюта с участник/организатор, един материал има аналитичен характер. Тонът на малко над половината от заглавията е неутрален (21 материала), при останалите е положителен (17). Като съдържание доминира положителното звучене (28 материала). Столична община като финансиращ партньор на събитието се споменава в мнозинството от отзивите – 28 статии, в 10 случая не е упомената от излъчилата отзива медия. Всички публикации са на български език.

1. Анализ на откриване с Оперна гала

Проявата в обективни показатели

Откриването на фестивала се е състояло на 7 юли в 20 часа извън центъра в паркът на двореца „Врана“. Сред участниците е имало чуждестранни гости. В публиката е имало чужденци и възрастни хора. Проявата е имала плакат/анонс на английски език. Локацията не е била адаптирана за хора с увреждания. Аудиторията е между 501-1000 души, като капацитетът на пространството е било запълнено изцяло. Проявата е била предназначена за всички възрасти. Достъпът до проявата е бил платен.

Реализираните анкети с посетители са 11.

Оценки на публиките за проявата

Средната оценка за цялостна удовлетвореност на анкетиранияте посетители е 9,55 по десетобална скала от 1 до 10.

2/3 е традиционната публика присъствала и на предишни издания, като 4 души са посетили проявата за първи път.

И локацията, и времето на провеждане на събитието са определени като подходящи от почти всички участници в анкетата.

Цената на билета е определени като достъпна – 7,36 по десетобална скала от 1 до 10.

Анкетиранията аудитория се е информирала за събитието основно от приятели и познати (37%), реклама в сайта на организацията, която го провежда, социални мрежи, реклама по телевизията/радиото и печатни издания/културни гайдове.

Преобладава предимно женското присъствие – 8 от анкетиранияте. Във възрастово отношение се наблюдава концентрация на хора над 60 години и до 60 годишните. Мнозинството от анкетиранияте са висшисти. Извън центъра живеят над 2/3 от анкетиранияте, спрямо посетителите живеещи извън центъра. Само един от тях не живее в София.

2. Анализ на ателие за деца "Как се ражда песента"

Проявата в обективни показатели

Ателието за деца се е състояло на 9 юли в 16 часа извън центъра в паркът на двореца „Врана“. Сред участниците не е имало представители от чужбина. В публиката е имало деца, ученици, възрастни хора. Проявата не е била адаптирана за чуждестранна публика. Проявата е имала елементи на игра с публиката. Аудиторията е била до 50 души, като капацитетът на пространството е запълнено по-малко от 1/3. Проявата е била предназначена за деца. Входът за ателието е бил платен.

Реализираните анкети с посетители са 8.

Оценки на публиките за проявата

Средната оценка за цялостна удовлетвореност на анкетираниите посетители е 9,25 по скалата от 1 до 10.

По-голямата част от посетителите посещават проявата за първи път - 6 от тях. И локацията, и времето на провеждане на събитието са определени като подходящи от почти всички участници в анкетата.

Цената на билета е определени като достъпна – 7,67 по десетобална скала от 1 до 10.

Публиката се е информирала за събитието от реклама по телевизията/радиото, социални мрежи, телевизионно/радио предаване, плакат/брошура и други източници – зала „България“ и Facebook.

Почти всички анкетирани са жени, между 31-40 годишни с висше образование. Преобладават респондентите живеещите извън центъра на града.

3. Анализ на заключителен концерт

Проявата в обективни показатели

Концертът се е състоял на 10 юли в 20 часа на закрито в зала „България“ в центъра на София. Сред участниците, както и сред публиката е имало представители от чужбина. Регистрирани са предимно възрастни хора. Проявата не е била адаптирана за чужденци. Локацията не е имала съоръжения за хора с увреждания. Проявата няма елементи на взаимодействие с публиката. Аудиторията е била между 101-500 души, като капацитетът на пространството е било запълнено изцяло. Проявата е била от смесен тип. Входът за концерта е бил платен.

Реализираните анкети с посетители са 10.

Оценки на публиките за проявата

Средната оценка за цялостна удовлетвореност на анкетираниите посетители е 9,56 по десетобална скала от 1 до 10.

Поравно са разпределени респондентите посещаващи проявата за първи път, спрямо традиционната публика.

И локацията, и времето на провеждане на събитието са определени като подходящи от почти всички участници в анкетата. Двама не са могли да преценят дали локацията е била подходяща.

Цената на билета е определени като достъпна – 8,25 по десетобална скала от 1 до 10.

Посетителите са разбрали за събитието най-вече от приятели/познати, реклама в сайта на организацията, която го провежда и социални мрежи. Застъпени са печатни издания/културни гайдове (Програмата), плакат/брошура, тв реклама в метрото и традиционно посещение на изданието.

Сред посетителите доминира предимно женското присъствие - 6. Респондентите са предимно възрастни представители до 60 годишна възраст. Всички обхванати в анкетата са висшисти. Почти всички анкетирани живеят извън центъра – 8 от 10.

16. МЕЖДУНАРОДЕН ФОЛКЛОРЕН ФЕСТИВАЛ ВИТОША



Фестивалът в обективни показатели

Тазгодишното 23-то издание на Международен фолклорен фестивал „Витоша“ е проведено между 15-20 юли 2019 г. на 2 основни локации - сцена Витоша (НЧ „Витоша-1951“) и лятно кино НДК/лятна сцена НДК, а цялостната фестивална програма се разгръща в още 5 локации в центъра и извън центъра на София. Тази година участниците са от Казахстан, Парагвай, Турция, Испания, Мексико, Перу, Япония, Южна Корея, Египет, Република Северна Осетия и Башкирия.

В мониторинга са обхванати 3 прояви – Официално откриване, дефиле, награждаване и закриване на фестивала, реализирани на 2 локации – лятна сцена НДК и бул. „Витоша“.

В реализацията на всички прояви има международно участие. На всички събития е имало присъствие на следните групи – чуждестранни посетители, деца, ученици, хора с увреждания възрастни хора, професионална гилдия (на 2 от 3 прояви) и студенти. Всички събития са били на открито в центъра на София.

Проявите са били адаптирани за чуждестранна публика по следните начини: плакат/анонс на английски език (2 събития), представяне на изпълнителите, програмата/съдържанието на английски език (1 събитие).

Две от трите прояви имат осигурен достъп за хора с физически увреждания.

Повечето прояви са били с публика между 101- 500 души (2 от тях), а 1 е била между 501- 1000. Капацитетът на пространствата е бил запълнен изцяло на 2 от 3 прояви. Елементи на взаимодействие с публиката има при 2 от посетените събития.

Мероприятията са били със смесен характер, а достъпът до тях е бил свободен.

Реализираните анкети с посетители са 51.



Оценки на публиките за фестивала

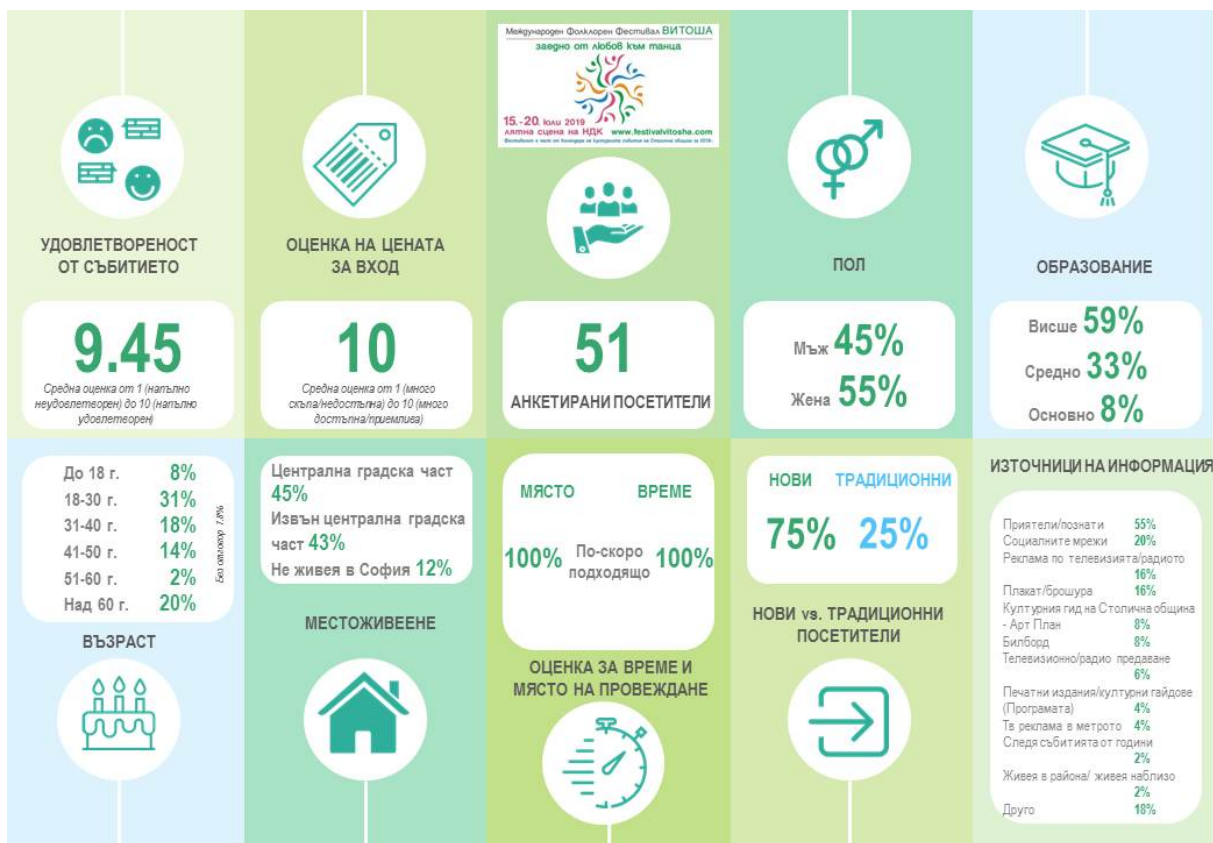
Анкетираните се чувстват много високо удовлетворени от събитията – средната оценка 9,45 от 10.

Фестивалът в голяма степен привлича нова публика – 75% за първи път го посещават, докато 25% са присъствали и на други издания.

Локацията и времето на провеждане на събитията са определени като напълно подходящи от всички посетители.

Анкетираните са се информирали от различни източници, но най-вече от приятели/познати (55%), социални мрежи (20%), реклама по телевизията/радиото (16%), плакат/брошура (16%), а случайно попаднали на концертите са 10% от посетителите. Застъпени са културен гид на СО - Арт-План (8%), билборд (8%). Най-малко са се информирали от телевизионно/радио предаване, печатни издания/културни гайдове (Програмата), тв реклама в метрото и други източници – традиционно посещение, професионален интерес.

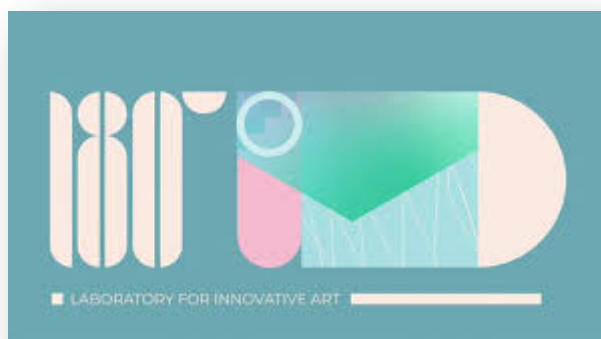
Профилът на анкетираните 51 души е с лек превес на жените (55%), с представители на различни възрастови групи, като най-голяма е концентрацията в групите до 30г., до 40 г. и над 60 годишните. Едва 8% са хора до 18г. Около 1/2 са висшисти (49%), а със средно образование са 43% от анкетираните. С оглед местоположението на събитията, концентрацията на посетители е почти равна между живеещите в централната част на столицата – 45% и респондентите идващи от периферни райони – 43%. Извън София живеят 12% от анкетираните.



Медийни отзиви за фестивала

Медийните публикации за фестивала не са налични към момента на изготвяне на доклада.

17.180 ЛАБОРАТОРИЯ ЗА ИНОВАТИВНО ИЗКУСТВО





Фестивалът в обективни показатели

Тази година фестивалът „180° Лаборатория за иновативно изкуство“ е проведен между 20 – 26 юли 2019г. Събитията са реализирани на 4 локации в центъра и извън центъра на столицата. Шестото издание включва музиканти, композитори, танцьори, визуални и пърформънс артисти от 4 държави, които си партнират със свои български колеги от Художествената академия и ученици от музикалното училище. В програмата са заложили 6 интердисциплинарни прояви, като по традиция се е провел конкурс за късометражен филм за любители и професионални режисьори.

В мониторинга са обхванати 3 мултижанрови събития, състояли се в Център „Проджект лаб“, „Фабрика 126“ и „Гьоте-институт“.

Регистрирано е международно участие във всички посетени прояви, както и присъствие на чуждестранни посетители. Има представители на различни целеви групи като деца (на 1 проява) и хора с увреждания (2 прояви). Най-често се срещат възрастни хора, професионална гилдия и студенти – 3 от 3 прояви. В центъра са били 2 от трите посетени събития.

Проявите са били адаптирани за чуждестранна публика поне по един от следните начини: наличие на плакат/анонс на английски език (2 случая), наличие на симултанен превод и представяне на изпълнителите, програмата/ съдържанието на английски – на 3 от 3 прояви.

Всички пространства, в които са се провели събития, не са били адаптирани за хора с физически увреждания.

В една от три прояви е имало взаимодействие на публиката с участниците – игра с публиката.

Част от събитията са били с аудитория до 50 души (2 от 3 събития), и 1 е било с публика между 51-100 души. Капацитетът на пространствата е бил запълнен около 1/ 2 - 2 от събитията, а в един от случаите пространството е било почти запълнено.

Проявите са били подходящи за широк кръг публика. Достъпът до всички събития е бил свободен.

Реализираните анкети с посетители са 22.



Оценки на публиките за фестивала

Посетителите, обхванати в мониторинга, са високо удовлетворени от събитията – средната оценка за цялостна удовлетвореност е 8,64 по десетобална скала от 1 до 10.

Фестивалът привлича нова публика – над половината анкетирани присъстват за първи път на проявата, останалата част са го посещавали и преди.

Като цяло локациите и времето на провеждане на събитията са определени като достъпни от мнозинството посетители. Локацията е определена като неподходяща само от един от посетителите.

Основни информационни източници за респондентите са приятели/познати (68%) и социални мрежи (41%), реклама в сайта на организацията която го провежда (14%). Застъпени са печатни издания/културни гайдове (Програмата) и други източници – Институт „Сервантес“, Портал култура.

Сред анкетираните доминират жените - (13 души), значителна част са млади 30 годишни (12 души) и представители до 40г. и над 60 годишна възраст. Преобладават висшистите – 18 от тях. По-голямата част от посетителите живеят в центъра на столицата (12 души), а в периферни зони на града са 6 от тях. Останалите посетители живеят извън града – 4 лица.



Медийни отзиви за фестивала

Предоставените от организатора медийни отзиви са 35, от които подходящи за обработка са 31. По отношение на типа медия, в която са поместени, мнозинството се намират в интернет сайтове (26 бр.), по две са публикациите в телевизия и печатни издания – ежедневни вестници, налична е и една радио публикация. В 2/3 от случаите това са масови издания, останалата 1/3 са специализирани портали за изкуство/култура. Всички материали предхождат началото на фестивала, като са почти изцяло с информативен характер. Само в три случая това са интервюта с организатор/участник в събитието. Тонът на почти всички публикации е неутрален (29 от 31), в съдържателно отношение доминират позитивно звучащите материали (24 от 31). Столична община като партньор на фестивала се споменава в малко под половината публикации (13 случая). Почти всички отзиви са на български език, в два от случаите материалите са на английски език.

1. Анализ на откриване в „Проджект Лаб“

Проявата в обективни показатели

Събитието се е състояло на 20 юли от 19:30 ч. в Проджект Лаб. Сред участниците са присъствали чужденци. В публиката е имало – чуждестранни посетители, хора с увреждания, възрастни хора професионална гилдия и студенти. Проявата е имала плакат, представяне на изпълнителите, програмата/съдържанието на английски език, както и симултанен превод. Локацията не е била адаптирана за специфични групи. По време на събитието е имало игра с публиката. Аудиторията е била до 50 души, като около 1/2 от капацитетът на залата е бил запълнено. Проявата е била със смесен характер. Входът за събитието е бил свободен.

Реализираните анкети с посетители са 5.

Оценки на публиките за проявата

Аудиторията е удовлетворена от проявата – средна оценка за степен на удовлетвореност 7,60 по от 1 до 10.

Трима от тях посещават изданието за първи път, спрямо традиционната публика – 2 души. Мястото и времето на провеждане на събитието са определени като подходящи от повечето анкетирани, като един не е могъл да прецени за локацията, а двама за времето на провеждане на проявата.

Най-използваните информационни източници са приятели/познати и на второ място социални мрежи. Най-малко споменати са печатни издания/културни гайдове „Програмата“, телевизионно/ радио предаване и тв реклама в метрото.

Доминират младите жени между 18-30 и 31-40 години. Всички са висшисти. Мнозинството от анкетирани посетители са от идеалните централни части – 4 от 5.

2. Анализ на „Videomotion Vol.4“ с „Ансамбъл 180о“ - озвучаване на късометражни филми на живо

Проявата в обективни показатели

Мултижанровото събитие се е състояло на 22 юли от 19:30 ч. извън центъра във Фабрика 126. Сред участниците, както и сред публиката са присъствали представители от чужбина. Присъствали са и следните специфични целеви групи – възрастни хора, професионална гилдия и студенти. Проявата е имала симултанен превод и представяне на изпълнителите, програмата, съдържанието на английски език. Локацията не е била адаптирана за специфични групи. Аудиторията е била до 50 души, като около 1/2 от пространството е било запълнено. Проявата е била със смесен характер. Входът за събитието е бил свободен.

Реализираните анкети с посетители са 10.

Оценки на публиките за проявата

Респондентите участвали в анкетата са много удовлетворени от проявата – средна оценка 9,20 по десетобалната скала от 1 до 10.

Над половината анкетирани са посещавали и предишни издания – 6 от 10 души. Мястото и времето на провеждане на събитието са определени като подходящи от посетителите (само двама не са могли да преценят, а един е посочил, че времето на провеждане на събитието е неподходящо).

Аудиторията е разбрала за събитието от два основни източника приятели/познати и социални мрежи. Информирали са се и от реклама в сайта на организаторите, печатни издания/културни гайдове и портал „Култура“.

Преобладават младите до 30 г. , като мнозинството са жени – 7. Почти всички са висшисти, трима са със средно образование. 1/2 от посетителите на събитието живеят в центъра на града, само трима от тях са от периферни части извън центъра на столицата. Двама не живеят в София.

3. Анализ на IEMA LAB – “Музикална лаборатория“ на ансамбъла на академия на Ensemble Modern.

Проявата в обективни показатели

Мултижанровото събитие се е състояло на 25 юли от 19:30 ч. в Гьоте- институт. Сред участниците, както и сред публиката са присъствали представители от чужбина. Присъствали са и следните специфични целеви групи – деца, хора с увреждания, възрастни хора, професионална гилдия и студенти. Проявата е имала плакат/анонс,

симултанен превод и представяне на изпълнителите, програмата, съдържанието на английски език. Локацията не е била адаптирана за специфични групи. Аудиторията е била между 51-100 души. Проявата е била със смесен характер. Входът за събитието е бил свободен.

Реализираните анкети с посетители са 7.

Оценки на публиките за проявата

Респондентите са много удовлетворени от проявата – средна оценка 8,57 по десетобалната скала от 1 до 10.

5 от 7 души посещават изданието за първи път. Мястото и времето на провеждане на събитието, както и локацията са определени от всички като подходящи.

Аудиторията е разбрала за събитието от два основни източника приятели/познати и социални мрежи. Информирали са се и от институт „Сервантес“.

Преобладават мъжете, основно млади до 30 годишни (трима са над 60 години). Всички са високообразовани. Поравно са разпределени живеещите в идеалните части на центъра, спрямо живеещите в периферни части на града. Един от тях е посочил, че не живее в София.

18. ФЕСТИВАЛ ЗА ПОП И РОК МУЗИКА



Фестивалът в обективни показатели

Гала концертът на деветото издание на „Международен фестивал за поп и рок музика“ е проведен на 18.09.2019 г. в зала 1 на НДК по случай 140 години от обявяването на София за столица. Фестивалът подкрепя благотворителната кампания на Столична община „Нека бъдем добри“. На гала вечерта фестивално жури от утвърдени автори на музика, текст и аранжирани и представители на радиостанции и медии избираха между 15 изпълнители песните, които ще се борят за Голямата награда в Конкурса за нова българска поп и рок песен. Акцент в програмата е връчването на награда за

цялостен принос – посмъртно на композитора Валентин Пензов. Събитието е проведено на закрито и достъпът до него е бил платен.

Сред участниците има чужденци, като сред публиката са регистрирани и чуждестранни посетители. Отчетени са представители от всички целеви групи - деца, ученици, хора с увреждания, възрастни хора, професионална гилдия и студенти.

Въпреки наличието на гости от чужбина, събитието не е било адаптирано за чуждестранна публика. Пространството осигурява съоръжения за хора с физически увреждания.

Проявата няма елементи на взаимодействие с публиката.

Аудиторията е била между 501-1000 души, като около 1/3 от капацитетът на залата е бил запълнен. Събитието е било със смесен характер.

Реализираните анкети с посетители са 20.



Оценки на публиките за фестивала

Посетителите са по-скоро удовлетворени от събитието – средната оценка за цялостна удовлетвореност е 7,74 по десетобалната скала от 1 до 10.

2/3 от посетителите посещават фестивала за първи път (65%), останалите традиционно присъстват на проявата.

Локацията и времето на провеждане на събитието са определени като достъпни от мнозинството респонденти.

Цената на билета за посещение е определена като достъпна – 7,5 по десетобална скала от 1 до 10.

Респондентите са се информирали за събитията от приятели и познати (35%), социални мрежи (15%), културен гид на Столична община – Арт-План (15%). Най-малко споменати са печатни издания/културни гайдове (Програмата), реклама по телевизията/радиото, плакат/брошура и билборд.

Сред анкетираните посетители преобладават жените – над 2/3. Има представители на всякакви възрасти, поравно разпределени между млади и възрастни. Обхванатите в мониторинга са предимно висшисти – 80%.

Поравно са представени живеещите в центъра (50%), спрямо посетителите от периферни райони извън града (50%).



Медийни отзиви за фестивала

За фестивала са предоставени 61 материала, от които годни за обработка и анализ са 39. Останалите материали са фейсбук постове (предимно статии, които вече са публикувани в интернет сайтове), които не са подходящи за обработка. Публикациите са преобладаващо в интернет сайтове (35 случая), по един материал е идентифициран в телевизия и социални мрежи, а две са публикациите в радио

предавания. Доминират масовите издания (2/3 от материалите), като в най-честия случай предхождат началото на фестивала (32 от 39 материала) и имат информативен характер (анонс за събитието). Тонът на заглавията е предимно неутрален (32 от 39 материала), а в съдържателно отношение – положителен (32 от 39 материала). Столична община като партньор на събитието се споменава в малко под половината от публикациите (17 от 39). Всички материали са на български език.

19. СТАРА ХАРТИЯ ЗА НОВА КНИГА



Събитието в обективни показатели

Седмото издание на националната екоинициатива "Стара хартия за нова книга" е проведено на 15.09.2019г. на бул. "Витоша" пред Книжен център "Гринуич". Програмата е с изцяло интерактивен характер - песни, танци, театър, игри с награди и конкурс за екорисунка „Зелена София“. Събитието е реализирано на открито и достъпът до него е бил свободен.

В проявата не участват чужденци, но според анкетаторския екип е възможно сред посетителите да е имало и гости от чужбина. На събитието са присъствали както деца и ученици, така и възрастни хора – като придружители на децата.

Събитието не е било адаптирано за чуждестранна публика и хора с увреждания.

Проявата е била изцяло с интерактивен характер и е предназначена за деца. Във времето на посещение от екипа аудиторията е била между 101 – 500 души,.

Реализираните анкети с посетители са 11.



Оценки на публиките за събитието

Посетителите са високо удовлетворени от събитието – средната оценка за цялостна удовлетвореност е 8,36 по десетобалната скала от 1 до 10.

Над ½ от посетителите са посещавали проявата и в предишни нейни издания – 6 души, спрямо 5 от тях, които го посещават за първи път.

Локацията и времето на провеждане на събитието са определени като достъпни от мнозинството респонденти. Само един от тях смята, че локацията не е подходяща.

Посетителите са се информирали за събитията основно от социални мрежи (8 души), а след това от приятели/познати (2 души). Като източници на информация са застъпени и реклама в сайта на организацията, която го провежда, телевизионно/радио предаване, плакат/брошура и личен интерес.

Като социално-демографски профил посетителите са предимно жени – 10 души, най-вече млади в активна възраст до 40 години. Почти всички респонденти живеят извън центъра – 10 от 11 души.



Медийни отзиви за събитието

За инициативата са предоставени 62 медийни отзива, от които подходящи за обработка и анализ са 58. Публикациите са почти изцяло в интернет сайтове (91%), 5% са поместени в телевизии, 3% - в радиа. Преобладават масовите издания (2/3 от случаите), като публикациите са предимно преди началото на събитието и с информативен характер (64%). Аналитичните статии представляват 28% от общия обем на отзивите. Тонът на заглавията преобладаващо е неутрален, докато в съдържателно отношение силно доминират позитивно звучащите материали. Столична община се споменава като партньор на събитието в значителна част от публикациите (45%). Всички отзиви са отразени на български език.

20. ЛЯТНА АКАДЕМИЯ ЗА ДЕЦА И УЧЕНИЦИ КЪМ НХА



Събитието в обективни показатели

Десетото юбилейно издание „Лятна академия за деца и ученици към НХА“ е проведено между 1-30 август 2019 г. Проектът е предназначен за деца и ученици от 6 до 15-годишна възраст и се е състоял в НХА в центъра на София. В програмата са включени разнообразни ателиета по живопис, скулптура и графика, създаване на авторски книжки, изработване на кукли и сувенири, занимания по калиграфия, керамика, текстил, мода, дизайн, история на европейската култура. Включени са и

посещения на галерии и музеи, и участие в работилници с демонстрации на гостуващи артисти. Акценти в тази година са били „История на куклите“ и „Френски приказки и басни“. И тази година детската академия е завършила с изложба с творби на децата посещавали академията.

В мониторинга са обхванати 2 събития - официална изложба и закриване на лятната академия. И двете прояви са проведени на закрито.

Няма участие на чуждестранни артисти в проявите. Анкетьорският екип е отчетел следните групи хора – чуждестранни посетители (1 случай), хора с увреждания (1 случай), професионална гилдия (1 случай). На всички събития са присъствали деца, ученици, възрастни хора и студенти.

Събитията не са били адаптирани за чуждестранна публика и хора с физически увреждания.

И двете посетени прояви имат взаимодействие с публиката чрез провокация или под формата на игра.

Всички събития са били с аудитория между 51-100 души. Капацитетът на пространствата е бил запълнен около 2/3 (в 1 случай) или почти изцяло (1 случай).

И двете събития са били предназначени за деца и със свободен достъп за посетители.

Реализираните анкети с посетители са 20.



Оценки на публиките за събитието

Посетителите изразяват висока удовлетвореност от събитията – оценка 9 по скалата 1 до 10.

Над 1/2 посещават проявите за първи път (58%), спрямо 42% посещавачи ги за поредна година. Локацията и времето на провеждане на събитието са определени като достъпни от почти всички респонденти, само един от тях определя времето на провеждане като неподходящо.

Анкетиранияте са се информирали най-вече от приятели и познати (45%), плакат/брошура (35%), социални мрежи (15%). Застъпени са реклама в сайта на организацията, която го провежда, културен гид на Столична община - Арт План, билборд и сайт на НХА.

Анкетиранияте посетители са предимно жени - 85%. Има представители на различни възрастови групи, като преобладават хората на възраст 31-40 г. – 1/2 от участниците. Представени са и хора на средна възраст и над 60 години. Почти всички са висшисти – 90% от тях. 12 от 20 души живеят в центъра на града, спрямо 8, които живеят извън центъра.



Медийни отзиви за фестивала

Медийните публикации за фестивала не са налични към момента на изготвяне на доклада.

1. Анализ на откриване на изложба „Куклен свят“

Проявата в обективни показатели

Откриването на изложбата се е състояло на 27 август в НХА – зала „Академика“. Сред участниците не е имало международно участие. Отчетени са посетители от чужбина, деца, ученици, възрастни хора и студенти. Проявата не е адаптирана за чуждоезична публика. Локацията не е имала съоръжения за хора с физически увреждания. По време на проявата е имало игра с публиката. Посетителите са били между 51-500 души, като залата е била почти пълна. Проявата е предназначена за деца. Достъпът до събитието е бил свободен.

Реализираните анкети с посетители са 10.

Оценки на публиките за проявата

Респондентите демонстрират много висока удовлетвореност от събитието – 9,30 по десетобалната скала от 1 до 10.

Над 1/2 от респондентите посещават проявата за първи път. Локацията и времето на провеждане на проявата са определени като подходящи от всички респонденти.

Анкетирани са се информирали основно от приятели/познати. Застъпени са плакат/брошура, реклама в сайта на организацията, която го провежда, социални мрежи, културен гид на СО – Арт План, билборд, сайт на НХА.

Почти всички анкетирани са жени - 9 от 10. Най-вече възрастни до 50 и над 60 годишни, както и млади на 31-40 години. Всички са с висше/полувисше образование. Извън центъра на града живеят 7 от 10 анкетирани.

2. Анализ на закриване на лятната академия

Проявата в обективни показатели

Мултижанровото събитие се е състояло на 31 август в 15:30 в НХА - зала „Академика“. Сред участниците не е имало международно присъствие. Отчетени са следните посетители - деца, ученици, хора с увреждания, възрастни хора, професионална гилдия и студенти. Проявата е имала адаптация за чуждоезична публика. Локацията не е имала съоръжения за хора с физически увреждания. По време на събитието е имало взаимодействие с публиката. Аудиторията е била между 51-100 души. Проявата е предназначена за деца. Достъпът до събитието е бил свободен.

Реализираните анкети с посетители са 10.

Оценки на публиките за проявата

Респондентите изразяват висока удовлетвореност от събитието – 8,7 по десетобалната скала от 1 до 10.

Най-много са хората, които посещават събитието за първи път – 6 от 10 души. Локацията и времето на провеждане са определени като подходящи, само един не одобрява времето на провеждане на проявата.

1/2 от анкетиранияте са разбрали за събитието от плакат/брошура. На второ и трето място са застъпени приятели/познати, социални мрежи и организаторите. Най-малко, но не на последно място са се информирали от реклама по телевизията/радиото и други източници.

Профилът на анкетиранияте е предимно от жени – 8 то 10 души. Анкетиранияте посетители са млади на 31-40 години, като мнозинството са висшисти. Поравно са разпределени респондентите живеещи в центъра, спрямо тези от периферни райони на града.

21. АЛЕЯ НА КНИГАТА



Фестивалът в обективни показатели

Най-голямото пътуващо книжно изложение в страната „Алея на книгата“ е реализирано в София в периода 10 - 15 септември 2019 г. Седмото издание е проведено в центъра на столицата в пешеходния участък на бул. „Витоша“ (от бул. „Патриарх Евтимий“ до ул. „Узунджовска“). Освен традиционните шатри, в които се разполагат български издатели и книгоразпространители, както всяка година, е била разположена и сцената на „Литературния кът“ със специална културна програма, включваща премиери на книги, срещи с поети, писатели и преводачи, игри и работилници за деца.

В мониторинга са обхванати 4 събития - откриване на фестивала (пешеходна зона бул. „Витоша“), представяне на книга (2 събития – „Литературен кът“) и 1 образователно събитие (в „Литературен кът“). Всички събития са проведени на открито.

Във всички посетени събития няма международно участие. Наблюдават се представители на следните специфични целеви групи – деца (3 случая), ученици (2 случая), хора с увреждания (2 случая), възрастни хора (3 случая), професионална гилдия (1 случай) и студенти – 2 от 2 случая.

Проявите не са адаптирани за чуждестранна публика. Мястото на провеждане на събитията не е било подходящо за хора с физически увреждания в 2 от 4 прояви.

Само едно от събитията е имало елементи на взаимодействие с публиката - раздаване на маски на децата.

При половината прояви публиката е била до 50 души – между 4 и 15 лица (2 прояви), на останалите две е била между 51-100 и 501-1000 човека. Капацитетът на пространството е бил запълнен по-малко от 1/3 на 2 от събитията.

Почти всички прояви са били със смесен характер, само 1 от тях е било предназначено за деца. Достъпът до събитията е бил свободен.

Реализираните анкети с посетители са 29.



Оценки на публиките за фестивала

Анкетираните посетители са с висока удовлетвореност от проявите – средната оценка за цялостна удовлетвореност е 8,82 по десетобалната скала от 1 до 10.

Фестивалът в голяма степен привлича и нова публика – малко над половината са присъствали и на предишни издания, останалите са нови посетители.

И локациите, и времето на провеждане на събитията са определени като подходящи от мнозинството от анкетираните.

Респондентите са се информирали за събитията предимно от приятели и познати (41%), а след това от социалните мрежи (24%). Застъпени са реклама в сайта на организацията, която го провежда, случайно посещение, плакат/брошура, реклама по телевизията/радиото, печатни издания/културни гайдове (Програмата), телевизионно/радио предаване, тв реклама в метрото, от участник в проявата, професионален интерес.

Анкетираните посетители са с лек превес на жените - 55%, спрямо 44% мъже. Има представители от всички възрастови групи, като преобладават младите в групата 18-30 г. (28%) и в активна възраст до 40 годишни (21%). Почти всички, обхванати в мониторинга, са висшисти. В периферни райони живеят малко над половината от анкетираните посетители, останалата част са от центъра на града. Само един от посетителите живее извън София.



Медийни отзиви за фестивала

За фестивала са предоставени 62 материала, от които подходящи за обработка и анализ са 51. В 2/3 от случаите това са публикации в интернет сайтове/портали, значителна част представляват и публикации в социални мрежи (26%). Отразаванията в телевизии и радиа са съответно по 6%. Изданията са почти изцяло масови (96%), като всички материали са публикувани преди началото на събитието. Почти всички отзиви имат информативен характер, 8% са интервютата с участник/организатор. Тонът на заглавията е преобладаващо неутрален, докато в съдържателно отношение материалите звучат предимно положително. Столична община активно се споменава в медийните отразавания като партньор на събитието (65%). Всички публикации са на български език.

1. Анализ на откриване на Алея на книгата.

Проявата в обективни показатели

Откриването се е провело на 10 септември в 17 часа на открито в пешеходната зона на бул. „Витоша“. По данни на анкетъорския екип присъствал на събитието, сред посетителите е имало деца, ученици, хора с увреждания, възрастни хора, професионална гилдия и студенти. Проявата не е била адаптирана за чуждестранна публика. Аудиторията е била между 501-1000 души. Проявата е подходяща за всякакви възрасти. Входът за събитието е бил свободен.

Реализираните анкети с посетители са 10.

Оценки на публиките за проявата

Средната оценка за цялостна удовлетвореност на анкетирания посетители е 8,90 по десетобална скала от 1 до 10.

Традиционната публика на изданието е преобладаваща - 8, спрямо новите посетители - 2.

Анкетирания аудитория се е информирала основно от 2 източника: социални мрежи и приятели/познати. Застъпени са реклама в сайта на организацията, която го провежда, реклама по телевизията/радиото, печатни издания/културни гайдове, тв реклама в метрото.

Над 1/3 от респондентите са млади до 18 и 18-30 годишни, като има изразено присъствие и на възрастни в групите 41-50 и над 60 годишните. Преобладават висшистите, като 4 души са със средно и по-ниско образование. Анкетирания аудитория се състои предимно от жени - 7. Поравно са разпределени респондентите, които живеят в периферни на центъра квартали спрямо живеещите в центъра.

2. Анализ на представяне на детска книга „Фен и Бибит в Приказната гора“

Проявата в обективни показатели

Проявата се е състояла на 12 септември в 18 часа на открито в Литературен кът на Алея на книгата. По данни на анкетъорския екип присъствал на събитието, сред участниците не е имало гости от чужбина. Сред публиката също е имало чуждестранни посетители, както и деца, хора с увреждания, професионална гилдия. Проявата не е адаптирана за чуждестранна публика. Локацията е била подходяща за хора с физически увреждания. По време на събитието е имало взаимодействие с публиката. Аудиторията е била до 50 души, като конкретният брой на публиката е бил 15 души. По-малко от 1/3 от пространството е бил запълнен. Проявата е била предназначена за деца. Входът за проявата е бил свободен.

Реализираните анкети с посетители са 5.

Оценки на публиките за проявата

Аудиторията е много удовлетворена от проявата – средна оценка 8,40 по десетобална скала от 1 до 10.

Голяма част от обхванатите в анкетата са посетили проявата за първи път – 3 от тях. И локацията, и времето на провеждане на събитието са определени като подходящи от всички.

Аудиторията се е информирала на първо място от неформални източници, като приятели и познати. Споменати са реклама в сайта на организацията, която го провежда, случайно посещение и покана от участник в събитието.

Профилът на анкетираните е предимно от жени – 3, поравно представени млади и възрастни хора с висше образование. Извън центъра живеят 3 души, спрямо двама от централните части на града.

3. Анализ на представяне книга „Телепатия чрез карти Зенер“

Проявата в обективни показатели

Проявата се е състояла на 13 септември в 18 часа в на открито в Литературен кът на Алея на книгата. Сред участниците не имало гости от чужбина. Публиката се е състояла предимно от възрастни хора. Събитието не е било адаптирано за чуждестранна публика. Локацията е била подходяща за хора с физически увреждания. Аудиторията е до 50 души, като конкретният брой на публиката е бил 4 души. По-малко от 1/3 от капацитетът на пространството е бил запълнен. Проявата е със смесен характер. Входът за събитието е бил свободен.

Реализираните анкети с посетители са 4.

Оценки на публиките за проявата

Анкетираната аудиторията е много удовлетворена от проявата – средна оценка 9 по десетобалната скала.

Почти всички обхванати в анкетата са посещавали и други издания на проявата – 3 от тях. И локацията, и времето на провеждане на събитието са определени като подходящи от всички.

Използваните информационни канали за събитието са - флаер, случайно посещение и покана от автора.

Профилът на анкетираните посетители е предимно женски – 3 от тях. Предимно възрастни над 60 г., като в по-малка степен присъстват представители до 40 и до 50 годишните. Почти всички са висшисти, само един е със средно образование. Поравно са разпределени живеещите в центъра, спрямо посетителите, които са от периферни райони на града.

4. Анализ на „ Написаното остава - пиши правилно!“ – проверка на грамотността

Проявата в обективни показатели

Проявата се е състояла на 14 септември в 15 часа на открито в Литературен кът на Алея на книгата. Сред участниците не е имало представители от чужбина. Сред

публиката са присъствали - деца, ученици, възрастни хора, професионална гилдия и студенти. Проявата не е била адаптирана на чужд език. По време на събитието е имало елементи на провокация, която въвлеча публиката във взаимодействие с участниците. Аудиторията е била до 51-100 души. Проявата е била предназначена за всички възрасти. Входът за събитието е бил свободен.

Реализираните анкети с посетители са 10.

Оценки на публиките за проявата

Анкетираните посетители са много удовлетворени от проявата – средна оценка 8,90 по десетобална скала от 1 до 10.

2/3 от обхванатите в анкетата посещават изданието за първи път – 8 от тях. И локацията, и времето на провеждане на събитието са определени като подходящи от всички.

Респондентите са се информирали за събитието в голяма степен от приятели и познати. Застъпени са социални мрежи, телевизионно/радио предаване, случайно посещение и професионален интерес.

Анкетираните са предимно жени – 7 души. Предимно млади до 30 години с представители на средните и възрастни поколения. Мнозинството са висшисти. Над 1/2 са жители на квартали извън центъра на града – 6, спрямо трима живеещи в центъра на града. Един от респондентите не живее в София.

22. ПИАНО ЕКСТРАВАГАНЦА



Фестивалът в обективни показатели

Деветият Международен фестивал „Пиано Екстраваганца“ се е провел в периода 28.09–23.11.2019г. Тази година в програмата на музикалния форум са представени музиканти от 7 държави с рецитали, камерни концерти и един джазов концерт, който е акцент в програмата. Концертите са проведени в 2 локации – Зала „България“ - камерна зала и голяма зала и Аула на СУ „Св. Климент Охридски“

В мониторинга са обхванати 6 събития – 5 концерта и един майсторски клас - 1. Концертите са представени в 2 локации в центъра на София - зала „България“ и Аула на СУ.

Сред обхванатите 6 прояви има 3 с международно участие. Регистрирани са представители на следните специфични целеви групи – чуждестранна публика (на 3 прояви), деца (на 4 прояви), възрастни хора (6 прояви), професионална гилдия (на 6 прояви) и студенти – на 4 от 6 прояви.

Само една от концертните прояви е била адаптирана за чуждестранна публика чрез плакат/анонс на английски език.

Пространството е било адаптирано за хора с физически увреждания при 2 от 6 случая.

В една проява е имало взаимодействие с публиката, а друга се е провела под формата на открит урок. В 4 от събитията няма елементи на взаимодействие с аудиторията.

Два от концертите са били с публика между 51 – 100 души, от 101-500 (1 събитие), от 501-1000 души (1 събитие) и до 50 души (1 събитие). Капацитетът на пространствата е запълнен по-малко от 1/3 (в 2 случая), около 1/2 (1 случай), около 2/3 (2 случая) и в една проява залата е била почти пълна. Пет от събитията са били със смесен характер, а едно от тях е било предназначено както за деца, така и за възрастни. Достъпът до събитията е бил платен (на 5 проява) и свободен (на 1 проява).

Реализирани са общо 70 анкети с посетители.



Оценки на публиките за фестивала

Цялостната удовлетвореност от посетените прояви е много висока – средно 9,61 по десетобалната скала.

70% от анкетирания са традиционни посетители на фестивала, спрямо 30%, които го посещават за първи път.

Локацията и времето на провеждане е подходяща за мнозинството респонденти. Петима определят локацията като неподходяща, а един не одобрява времето на провеждане а събитието.

Цената на билетите за посещение е определена като достъпна – 7,78 по скала от 1 до 10.

Аудиторията се е информирала за проведените концерти в най-голяма степен от неформални канали – приятели и познати (43%). Застъпени са социални мрежи (26%), сайта на организаторите (21%), реклама по телевизия/радио (11%) и плакат/брошура (10%). Най-малко застъпени са телевизионно/радио предаване, културен гид на СО – Арт План, печатни издания/културни гайдове (Програмата), сайт на СО, билборд и други източници – Гугъл, Френски институт, клуб „Сребърна есен“, покана от участник.

Обхванатите в мониторинга посетители са преобладаващо жени - 71%. Има представители на всички възрастови групи, като най-изразено е присъствието на възрастните над 60 години (34%), 41-50 (27%), а до 18 годишни са едва 3% от анкетирания. Мнозинството са високообразовани – 90%. Живеещите в централните

части на столицата са 59%, спрямо респондентите от нейните периферни райони – 40%. Само един от анкетираните живее в чужбина.



Медийни отзиви за фестивала

Медийните публикации за фестивала не са налични към момента на изготвяне на доклада.

1. Анализ на откриване на фестивала с концерт на Ливуу Холендер и Матиас Флецбергер

Проявата в обективни показатели

Събитието се е състояло на 29 септември от 19:30 часа в камерна зала „България“. Сред участниците, както и сред публиката е имало представители от чужбина. В публиката е имало следните групи посетители – деца, възрастни хора и професионална гилдия. Проявата не е била адаптирана за чуждестранна публика. Локацията не е имала съоръжения за хора с физически увреждания. Аудиторията е била между 51-100 души, като около 1/2 от капацитетът на залата е бил запълнен. Проявата е била от смесен тип. Входът за събитието е бил платен.

Реализираните анкети с посетители са 14.

Оценки на публиките за проявата

Респондентите демонстрират висока удовлетвореност от събитието – 9,14 по десетобалната скала от 1 до 10.

5 от 7 анкетирани посещават изданието за поредна година. Локацията и времето на провеждане на лекцията са определени като подходящи от всички респонденти.

Цената на билета е определени като по-скоро достъпна – 6,83 по десетобална скала от 1 до 10.

Мнозинството от анкетираните посетители са разбрали за събитието основно от неформални източници, като приятели/познати. Застъпени са реклама в сайта на организацията, която го провежда, реклама по телевизията/радиото, социални мрежи и други източници – клуб „Сребърна есен“.

Анкетираните посетители са възрастни между 50 и над 60 годишни. Мнозинството са висшисти, като преобладаващата част от тях са жени – 4. В централната част на града живеят 4 от анкетираните, спрямо двама живеещи в периферни зони на София. Един от респондентите живее в чужбина.

2. Анализ на Цикъл „Приемственост – учители и ученици“ - рецитал на проф. Милена Моллова

Проявата в обективни показатели

Събитието се е провело на 2 октомври от 19:30 ч. в камерна зала „България“. Не е имало международно участие сред участниците в събитието. Сред публиката е имало представители от чужбина, възрастни хора, професионална гилдия и студенти. Локацията е имала съоръжения за хора с физически увреждания. Аудиторията е била между 101- 500 души, като около 2/3 от капацитетът на залата е бил запълнен. Проявата е била със смесен характер. Входът за събитието е бил платен.

Реализираните анкети с посетители са 14.

Оценки на публиките за проявата

Респондентите са високо удовлетворени от филма – 9,29 по десетобалната скала от 1 до 10.

Съотношението между традиционните посетители е 12, спрямо двама посетили проявата за първи път. И локацията, и времето на провеждане на събитието са определени като подходящи от мнозинството. Само двама са посочили, че локацията е неподходяща, а за един времето на провеждане на събитието неподходящо.

Цената на билета е определени като достъпна – 7 по десетобална скала от 1 до 10.

Мнозинството от анкетираните посетители са разбрали за събитието от неформални кръгове: приятели/познати. В по-малка степен са се информирали от реклама в сайта на организацията, която го провежда, реклама по телевизията/радиото, социални мрежи, плакат/брошура и покана от изпълнителя.

Почти всички от обхванатата публика са жени - 12. Наблюдават се представители от различни възрасти, но най-изразени са сред възрастните над 60 години. Мнозинството

са висшисти. Над 1/2 от респондентите живеят в центъра на града, а шестима живеят извън центъра на столицата.

3. Анализ на клавирен рецитал на Юг Лъоклер (Франция)

Проявата в обективни показатели

Концертът се е състоял на 8 октомври от 19:30 ч. в Аула на СУ „Св. Климент Охридски“. Сред участниците, а вероятно и сред публиката е имало чуждестранно присъствие. В публиката е имало различни групи хора, като от тях са ученици, възрастни хора, професионална гилдия и студенти. Проявата е имала наличие на плакат/анонс на английски език. Локацията няма съоръжения за хора с физически увреждания. Аудиторията е била до 50 души, като броят на публиката е бил 30 души. По-малко от 1/3 от капацитета на залата е бил запълнен. Проявата е била със смесен характер. Входът за събитието е бил платен.

Реализираните анкети с посетители са 14.

Оценки на публиките за проявата

Респондентите са много удовлетворени от събитието – 9,86 по десетобалната скала от 1 до 10.

11 са респондентите присъствали и на предишни издания на проявата, спрямо трима посетили го за първи път. Времето и локацията са определени като подходяща от анкетираните.

Цената на билета е определени като достъпна – 9,36 по скалата от 1 до 10.

Мнозинството от анкетираните посетители са разбрали за събитието от приятели/познати, реклама в сайта на организацията, която го провежда и социални мрежи. В по-малка степен, но не на последно място са посочени сайт на СО, плакат/брошура, културен гид на СО - Арт План и Френски културен институт.

Профилът на респондентите е предимно женски, предимно възрастни между 41-50 и над 60 годишните. Почти всички са висшисти - 11, трима с по-ниско образование. В централните части живеят над 2/3 от респондентите, спрямо 4 от периферни райони.

4. Анализ на „Млади таланти“ – клавирен рецитал на Емануил Иванов

Проявата в обективни показатели

Концертът се е провел на 12 октомври от 19:30 ч. в Аула на СУ „Св. Климент Охридски“. Сред участниците, както и сред публиката е имало представители от чужбина. В публиката са присъствали следните групи – деца, ученици, възрастни хора, професионална гилдия и студенти. Проявата не е била адаптирана за чуждоезична публика, както и за хора с увреждания. Аудиторията е била между 51-100 души, като около 2/3 от капацитета на залата е бил запълнен. Проявата е била от смесен тип. Входът за събитието е бил платен.

Реализираните анкети с посетители са 17.

Оценки на публиките за проявата

Респондентите са почти максимално удовлетворени от събитието – 9,75 по десетобалната скала от 1 до 10.

Над 1/2 от анкетираните (7 от тях) са присъствали и на предишни издания на проявата, а 5 са го посетили за първи път. Времето и локацията са определени като подходящи от почти всички участници в анкетата. Само двама определят локацията като неподходяща, а един времето в което се е провел концертът.

Цената на билета е определени като достъпна – 7,60 по скалата от 1 до 10.

7 от анкетираните посетители са се информирали за събитието от приятели и познати. На второ място са се информирали от социални мрежи. В по-малка степен са застъпени реклама в сайта на организаторите и реклама по телевизията/радиото.

Респондентите са предимно жени – 8, спрямо мъжете – 4. Има представители на всички възрастови групи, като 1/2 са на средна възраст 41-50 годишни, а на второ място са най-възрастните над 60 години. Всички са високообразовани. 7 от участниците в анкетата са от идеални части на центъра, спрямо 5 от периферни райони на града.

5. Анализ на „Ден на отворените врати за деца и възрастни“ – открити уроци

Проявата в обективни показатели

Събитието се е провело на 13 октомври между 10-19 ч. в Аула на СУ „Св. Климент Охридски“. По данни на анкетъорския екип сред участниците, както и сред публиката не е имало представители от чужбина. Присъствали са следните групи – деца, ученици, възрастни, професионална гилдия. Проявата не е била адаптирана за чуждестранна публика, както и за хора с физически увреждания. Проявата е имала взаимодействие с публиката – открит урок. По-малко от 1/3 от капацитета на залата е бил запълнен. Проявата е била предназначена, както за деца, така и за възрастни. Входът за събитието е бил свободен.

Реализираните анкети с посетители са 6.

Оценки на публиките за проявата

Анкетираната аудитория е високо удовлетворена от събитието – 9,33 по десетобалната скала от 1 до 10.

Петима са присъствали и на предишни издания на проявата. Локацията и времето на провеждане са определени като подходящи от почти всички, само един определя локацията като неподходяща.

Респондентите са се информирали за събитието от два основни източника - реклама в сайта на организаторите и приятели и познати. Равномерно застъпени, но в по-малка степен са реклама по телевизията/радиото, печатни издания/културни гайдове

„Програмата“, телевизионно/радио предаване, социални мрежи, плакат/брошура и билборд.

Респондентите са предимно жени, основно млади (18-30 г.) и възрастни между над 60 годишни. Мнозинството са висшисти. 2/3 са респондентите живеещи извън центъра на града, спрямо двама от центъра.

6. Анализ на джазов концерт-рецитал на Чучо Валдес

Проявата в обективни показатели

Концертът се е състоял на 29 октомври от 19:30 часа в голяма зала „България“. Сред участниците, както и сред публиката е имало представители от чужбина. В публиката е имало следните групи посетители – деца, ученици, възрастни хора, професионална гилдия и студенти. Локацията е имала съоръжения за хора с физически увреждания. По време на концерта е имало провокация, която въвлича публиката във взаимодействие с участниците. Аудиторията е била между 501-1000 души, като капацитетът на залата е бил запълнен. Проявата е била от смесен тип. Входът за събитието е бил платен.

Реализираните анкети с посетители са 17.

Оценки на публиките за проявата

Респондентите дават почти максимална оценка за удовлетвореност от събитието – 9,88 по десетобалната скала.

53% от анкетирани посещават изданието за поредна година, спрямо 47% нова публика. Локацията и времето на провеждане на проявата са определени като подходящи от всички респонденти.

Цената на билета е определени като по-скоро достъпна – 7,71 по десетобална скала от 1 до 10.

Над 1/2 от анкетираните посетители са разбрали за събитието основно от неформални източници – социални мрежи (53%). На второ място от реклама по телевизията/ радиото и плакат/брошура. Най-малко са се информирали от реклама в сайта на организаторите, телевизионно/радио предаване, културен гид на СО – Арт План и от Гугъл.

Анкетираните посетители са от различни възрасти, като по-голямата част са възрастни между 50 и над 60 годишни, които съставляват около 1/2 от извадката. Преобладават жените – 77 %. Всички са висшисти. В централната част на града живеят 10 от анкетираните, спрямо 7 живеещи в периферни зони на София.

23. ПАНАИР НА МЛАДИТЕ SITE SPECIFIC THEATRE



Фестивалът в обективни показатели

Единадесето издание на „Панаир на младите“ – SITE-SPECIFIC THEATRE е проведено в рамките на 5 фестивални дни пот 1 до 10 октомври 2019 г. в пространствата на Младежки театър "Николай Бинев"- камерна сцена, климатична инсталация, пространство „M1“. За 3-та поредна година фестивалът „Панаир на младите“ е посветен на SITE-SPECIFIC театъра - сценично представяне, вдъхновено от конкретно специфично пространство, което не разполага с традиционните представи за сцена и салон, което позволява на публиката да се докосне до театъра по един нов и различен начин. Освен театрални изненади, в програмата са залегнали и 2 джаз концерта, които са били с вход свободен. Всички прояви са проведени на закрито.

В рамките на мониторинга са обхванати 2 прояви, състояли се в Младежки театър "Николай Бинев"- перформативна инсталация и интерактивен пърформанс. Всеки от проектите е представен 3 пъти в рамките на премиерната си дата. Всички събития са на закрито.

В двете посетени прояви няма участници от чужбина. По отношение на специфичните целеви групи се наблюдават: деца, ученици, хора с увреждания, професионална гилдия и студенти – 1 от 2 събития, а най-често се наблюдава присъствието на възрастни хора и чужденци – 2 от 2 случая. Двете прояви са проведени на закрито в центъра на града.

При едно от събитията програмата/съдържанието, изпълнителите са били представени на английски език. В двата случая пространството, в което се е провела проявата, е било адаптирано за хора с физически увреждания.

Посетените прояви са имали интерактивен характер и пряко взаимодействие с публиката.

В едно от посетените събития са присъствали между 51-100 души в рамките на 3-те премиерни представления, като пространството е било с около 2/3 запълнен капацитет, а във втория – до 50 души – 9 регистрирани посетители.

Всички посетени прояви са били със смесен характер, както със свободен (1 проява), така и с платен достъп (1 проява).

Реализираните анкети с посетители са 21.



Оценки на публиките за фестивала

Анкетираните се чувстват много удовлетворени от събитията – средната оценка 9,19 от 10 по десетобалната скала.

Фестивалът в голяма степен привлича традиционна публика – 2/3 са присъствали и на предишни издания, докато малко над 1/3 са новите посетители.

Времето на провеждане и локацията на събитията са определени като подходящи от почти всички посетители. Само двама души определят локацията като неподходяща.

Респондентите определят цените на билетите за събитията, които са били платени, като по-скоро достъпни - 8,8 по скала от 1 до 10.

Информирали са се предимно от неформални кръгове приятели и познати (86%). Застъпени, макар в по-малка степен, са и социалните мрежи (24%). Споменават се сайта на Столична община и организаторите на събитията.

Анкетираните са предимно жени (81%), с представители на всички възрасти, като най-концентрирани са в групите до 30г., до 40 г. и на средна възраст 41-50 години. Основно висшисти – 95%.

Разпределението на посетители е предимно от периферни зони на столицата – 71%, спрямо посетителите, идващи от централни части на града.



Медийни отзиви за фестивала

За фестивала са предоставени 13 медийни публикации, всички от които са годни за обработка и анализ. Преобладават публикациите в интернет (9), останалите са разпределени в телевизия (1 материал), радио (2 материала), вестник – седмичник (1 материал). Повечето издания са масови (10 случая), 3 са специализираните портали за изкуство/култура. Почти всички публикации предхождат началото на фестивала (12 от 13), като имат информативен характер (11 случая). Тонът на заглавията е предимно неутрален (11 от 13 случая), а като съдържание - изцяло положителен. Столична община като партньор на събитието се споменава в едва три от материалите. Езикът на публикациите е български във всички 13 отзива.

1. Анализ на пърформативна инсталация „Pige” на Християн Бакалов

Проявата в обективни показатели

Събитието се е състояло на 2 октомври от 17 ч. в Младежки театър „Николай Бинев“. Сред участниците не е имало чуждестранни артисти. В публиката са присъствали – чужденци, деца, ученици, хора с увреждания, възрастни хора и професионална гилдия и студенти. По време на проявата е имало представяне на изпълнителите, програмата/съдържанието на английски език. Локацията била достъпна за хора с физически увреждания. Аудиторията е била между 51-100 души, като броят на

публиката е бил около 60 души. Около 2/3 от капацитета на пространството е бил запълнен. Проявата е била със смесен характер. Входът за събитието е бил свободен.

Реализираните анкети с посетители са 12.

Оценки на публиките за проявата

Участниците в анкетата са високо удовлетворени от проявата – средна оценка за степен на удовлетвореност 9,58 по десетобалната скала от 1 до 10.

Поравно са представени респондентите, които са традиционна публика, спрямо тези, които го посещават за първи път. Мястото и времето на провеждане са определени като подходящо от мнозинството анкетирани. Двама определят локацията като неподходяща.

Посетителите са се информирали основно от приятели и познати (83%), като са застъпени социални мрежи и покана от автора на проявата.

Профилът на анкетираните посетители е доминиращо женски – 10 от тях. Основно представители на младите поколения 18-30 и 31-40 годишните. Мнозинството са висшисти, само един е с основно образование. 7 от респондентите живеят извън центъра на града, спрямо четирима, които са от периферни квартали на София. Един от посетителите живее в чужбина.

2. Анализ на интерактивен пърформанс „Бар Здраве“

Проявата в обективни показатели

Събитието се е провело на 3 октомври между 18-19:30 часа в пространство „M1“ на Младежки театър „Николай Бинев“. Сред участниците не е имало представители от чужбина. В публиката са присъствали – чуждестранни посетители, възрастни хора. Локацията е била достъпна за хора с физически увреждания. По време на проявата е имало игра с публиката. Конкретният брой на аудиторията е бил 9 души. Входът за събитието е бил платен.

Реализираните анкети с посетители са 9.

Оценки на публиките за проявата

Анкетираните изразяват висока оценка за събитието – средна оценка 8,67 от 10.

Седем от респондентите са посетили проявата за първи път, като останалите са посещавали и предишни издания. Локацията и времето на провеждане са определени като подходящи от всички участници в анкетата.

Цената на билета е определени като по-скоро достъпна – 8,78 по десетобална скала от 1 до 10.

Респондентите са разбрали за събитието най-вече от приятели/познати. Информирали са се и от социални мрежи, сайт на Столична община и покана от организаторите.

По-голям е броят на анкетираните жени – 7, спрямо мъжете – 2. Предимно хора от средните възрасти 41-50 годишни, като всички са високообразовани. Всички са висшисти. 8 от 9 души живеят извън центъра на града.

24. МЕЖДУНАРОДЕН КОНКУРС МЛАДИ ВИРТУОЗИ



Международният конкурс млади виртуози се провежда за петнадесети път, в периода 23 април-15 декември, организиран от Фондация „Млади виртуози“. Освен състезателния характер на конкурса, в рамките на събитието се провеждат и редица творчески срещи, уъркшоп, „Академия за майсторство, както и концерти на именити музиканти, включително е реализиран юбилеен концерт в Пловдив на 19.11 в културен център „Трактат“. Тази година, със съдействието на Фондация „Духовното наследство на Панчо Владигеров“ успоредно с конкурса е обявен и Международен конкурс по композиция “Панчо Владигеров“ 2019. Подкрепата от Столична община по линия на ККССО е в размер на 5 000 лв. Поради късното сключване на договор със СО, в мониторинга попада само едно събитие – Концерт на лауреатите на международното жури.



Проявата в обективни показатели

Събитието се е състояло на 1 октомври в 19 часа в галерия „Оборище 5“. Сред участниците е имало чуждестранни артисти. В публиката е имало разнообразни посетители, от които –чужденци, деца, ученици, възрастни хора, професионална гилдия и студенти. Проявата не е била адаптирана за чуждестранна публика. Локацията не е имала съоръжения за хора с физически увреждания. Аудиторията е между 51-100 души, като капацитетът на пространството е бил запълнен около 2/3. Проявата е била предназначена за всички възрасти. Достъпът до проявата е бил свободен.

Реализираните анкети с посетители са 11.



Оценки на публиките за проявата

Средната оценка за цялостна удовлетвореност на анкетираните посетители е 9,55 по десетобална скала от 1 до 10.

Преобладават респондентите, които посещават проявата за първи път - 6, като 5 души са традиционна аудитория на изданието.

И локацията, и времето на провеждане на събитието са определени като подходящи от почти всички участници в анкетата. Един не е могъл да прецени дали това е така.

Анкетираната аудитория се е информирала за събитието главно от билборд реклама (90%). На второ и трето място са се информирали от плакат/брошура и социални мрежи.

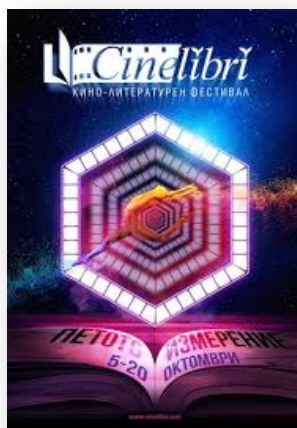
Профилът на участниците в анкетата е предимно от жени - 8. Във възрастово отношение се наблюдава концентрация на хора над 60 години, като има представители на младите и средни поколения. Мнозинството от анкетираните са висшисти. Почти всички респонденти живеят в центъра на София – 9 от 11 души. Само един от тях живее извън града.



Медийни отзиви за конкурса

Медийните публикации за конкурса не са налични към момента на изготвяне на настоящия доклад.

25. СИНЕЛИБРИ



Фестивалът в обективни показатели

Кино-литературният фестивал „Синелибри“ представя петото си издание между 5 -20 октомври 2019 г. В програмата са включени 55 филма, разпределени в конкурсна и паралелна програма - биографични, документални, анимационни, късометражни,

българска селекция, 3 театрални представления по романи на Херман Кох и Амели Нотомб. 23 са традиционните специални събития и гала вечери и 2 големи церемонии в зала 1 на НДК. За първи път в рамките на фестивала е бил организиран международен уъркшоп. Прожекциите са се състояли в различни локации, от които - Зала 1 на НДК, Дом на киното, кино „Люмиер Лидъл“, кино „Одеон“, Сити Марк Арт център и Френски институт, Cine Grand в мол Парк център, Casa Libri.

Поради политиката на определени киносалони, в мониторинга не са включени наблюдения от съответните локации. Такива са най-вече Културен център Г-8 и Евросинема. Допълнително, някои от киносалоните възпрепятстват работата на екипите, като отказват достъп на анкетаторите до залите. Поради такива причини една прожекция в кино Одеон не е мониторирана – отказан е достъп на анкетатора до залата, тъй като билетите са били разпродадени.

В рамките на мониторинга са обхванати 9 прояви, състояли се на 6 локации, а именно: Кино Люмиер Лидл (3 прояви), Дом на киното (2 прояви), Френски институт (1 проява), кино „Одеон“ (1 проява), зала 1 на НДК (1 проява) и Сити Марк Арт Център (1 проява). Всички локации са в центъра на София, а посетените прояви са се провели на закрито.

Всички 9 прояви са кинопрожекции.

Повечето от проявите (6 от 9) са с международно участие. В 5 от посетените прожекции са регистрирани и чуждестранни посетители. По отношение на специфичните целеви групи, анкетаторските екипи са регистрирали деца (на 1 от проявите), ученици (на 4 от проявите), хора с увреждания (на 3 от проявите), а най-често са присъствали възрастни хора – в 8 от 9 случая, професионална гилдия (на 7 от проявите) и студенти – в 7 от 9 случая.

Посетените събития са били адаптирани за чуждестранна публика поне по един от следните начини: наличие на плакат/анонс на английски език (5 случая), наличие на симултанен превод (2 случая), наличие на субтитри (4 случая), представяне на изпълнителите, програмата/ съдържанието на английски (2 случая). Около 1/2 от събитията не са били адаптирани за чуждестранна публика – 4 от 9.

Съоръжения за хора с физически увреждания е имало на 4 от проявите, като една от тях е била адаптирана за хора с увреден слух. Останалите 5 събития не са били пригодени за хора със специфични нужди.

По-голямата част от кинопрожекциите са били с публика 51-100 души (3 от тях), до 50 (2 от тях), 101-500 (2 случая), 1501-2000 души (1 случай) и над 2000 души – 1 от 9. Капацитетът на пространствата е бил по-малко от 1/3 (в 2 от тях), около 1/3 (3 от тях), около 2/3 – 1 проява и повече от 2/3- 2 прояви.

Всички прояви са били със смесен характер (8 от 9 случая) и платен достъп.

Реализираните анкети с посетители са 134.



Оценки на публиките за фестивала

Анкетиранияте посетители са високо удовлетворени от събитията – средната оценка за цялостна удовлетвореност е 8,74 по десетобална скала от 1 до 10.

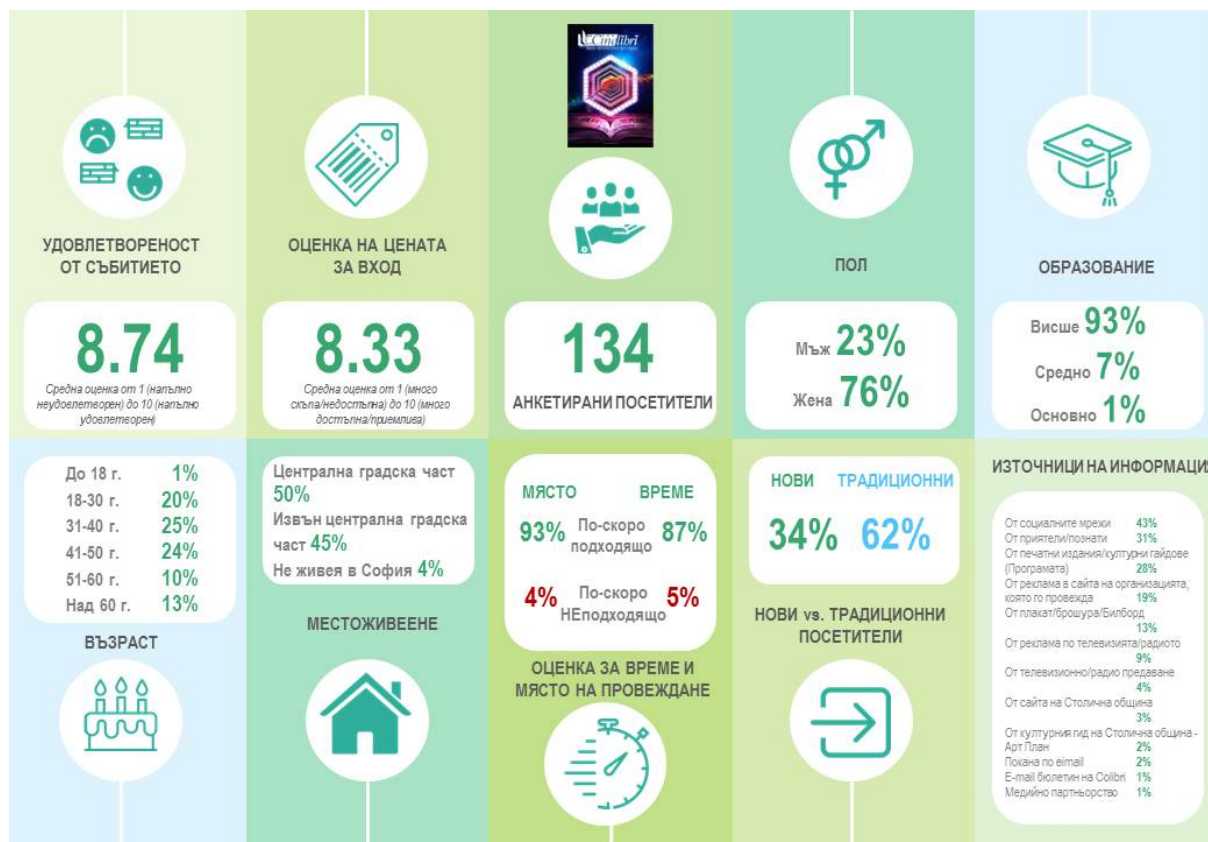
Фестивалът в голяма степен привлича традиционна публика – 62% са присъствали и на предишни издания, докато над 1/3 са новите посетители.

И локациите, и времето на провеждане на събитията са определени като подходящи от мнозинството от посетителите. Едва 4% смятат, че локацията неподходяща, а 5% са определили времето на провеждане на събитията, като неподходящи.

Цената на билета за посещение е определена като достъпна – 8,33 по десетобална скала от 1 до 10.

Респондентите са се информирали основно от социалните мрежи (42%). На второ място - от приятели/познати (30%) и печатни издания/културни гайдове (Програмата) (28%). Макар по-слабо, посетителите на фестивала са се информирали и от други канали - реклама в сайта на организацията, която го провежда (19%), плакат/брошура (10%) и реклама по телевизията/радиото (9%). Най-малко са се информирали от телевизионно/радио предаване, сайт на Столична община, билборд, културния гид на Столична община - Арт План и други канали – Facebook, бюлетин на Colibri, Single Step, медийно партньорство.

Като социално-демографски профил посетителите са с доминация на женската аудитория (76% спрямо 23% в полза на жените), значителна част са млади хора до 30 г. (20%), млади в активна възраст до 40 г. (25%) и между 41-50 години (24%). По правило, респондентите са предимно високо образовани – 90% са висшисти. Лек превес имат живеещите в центъра на столицата (50%), спрямо живеещите в периферията – 44%. Малка част от анкетираните живеят извън града – 6%.





Медийни отзиви за фестивала

За фестивала са предоставени 254 медийни материала, от които подходящи за обработка и анализ са 221. Като източници отново преобладават интернет публикациите (84%). Останалата част са разпределени съответно в телевизионни (10%) и радио предавания (5%). Налична е и една публикация във вестник – ежедневен издание. Преобладават масовите медии (83%), а 17% от отразяванията са в специализирани издания за изкуство/култура. Мнозинството от публикациите са преди началото на фестивала (90%), като голяма част от тях са с информативен характер (80%). В същото време, 1/5 от отразяванията представляват интервюта с организатори/участници в събитието. Едва два от материалите имат критичен характер, като представляват анализ/оценка/коментар. Значителна част от тоновете на публикациите за Синелибри имат положително звучене (71%), а в съдържателен план на практика всички публикации имат положителни конотации (99%).

Столична община като финансиращ партньор на събитието се споменава в 1/3 от случаите. Преобладават материалите на български език (98%), а 2% са отразяванията на английски език.

1. Анализ на откриване на Синелибри

Проявата в обективни показатели

Откриването е проведено с прожекция на филма „Офицер и шпиони“ на 5 октомври от 19 часа в Зала 1 на НДК. Сред участниците е имало представители от чужбина. В публиката са присъствали – ученици, възрастни хора, професионална гилдия и студенти. Проявата е била адаптирана за чужденци по следните начини – плакат/анонс на английски език, симултанен превод, субтитри. Локацията не е имала съоръжения за хора с физически увреждания. Аудиторията е била 2000 души. Повече от 2/3 от капацитета на залата е бил запълнен. Проявата е била със смесен характер. Достъпът до събитието е бил платен.

Реализираните анкети с посетители са 34.

Оценки на публиките за проявата

Участниците в анкетата са високо удовлетворени от проявата – средна оценка за степен на удовлетвореност 8,59 по десетобалната скала от 1 до 10.

62 % са посещавали и предишни издания, спрямо 38 % нова публика. Мястото и времето на провеждане са определени като подходящи от анкетиранияте. Само един не одобрява часът на провеждане на събитието.

Цената на билета е определени като достъпна – 8,91 по десетобална скала от 1 до 10

Посетителите са се информирали за събитието от различни източници, основно от социални мрежи (70%). На второ и трето място от печати издания/ културни гайдове (20%) и познати/приятели (20%). В малка степен са застъпени реклама в сайта на организацията, която го провежда (15%), телевизионно/радио предаване,

плакат/брошура, реклама по телевизията/радиото, сайт на СО, билборд и бюлетин на Colibri.

Почти всички са жени – 82%. Посетителите са от различни възрасти, най-представени в групите 18-30, 41-50 и над 60 годишните. Мнозинството са висшисти, като 1/2 от участниците са от центъра на града. 12% от анкетираните посетители не живеят в София.

2. Анализ на премиера на филма „Заличено момиче“

Проявата в обективни показатели

Събитието се е състояло на 6 октомври от 19 ч. в кино „Люмиер Лидл“. Сред участниците е имало представители от чужбина. В публиката са присъствали – чужденци, възрастни хора, професионална гилдия и студенти. Проявата е била адаптирана за чуждестранна публика чрез плакат/анонс на английски език, симултанен превод, субтитри. Локацията не е била адаптирана за хора с физически увреждания. Аудиторията е била между 1501-2000 души. Проявата е със смесен характер. Входът за събитието е бил платен.

Реализираните анкети с посетители са 20.

Оценки на публиките за проявата

Респондентите изразяват висока оценка за събитието – средна оценка 9,20 от 10.

2/3 от посетителите са посещавали и предишни издания на събитието – 65%, спрямо новите посетители. Локацията и времето на провеждане са определени като подходящи от почти всички анкетирани, само трима определят времето на провеждане на събитието като неподходящо.

Цената на билета е определени като достъпна – 8,42 по десетобална скала от 1 до 10.

Респондентите са разбрали за събитието – от приятели/познати (40%), печатни издания/културни гайдове (Програмата) – 35%, социални мрежи (30%), реклама в сайта на организаторите (20%). В по-малка степен са се информирали от сайт на Столична община (10%), покана (10%), реклама по телевизията/радиото, телевизионно/радио предаване, плакат/брошура, сайт на Single Step.

По-голям дял от анкетираните заемат жените – 80%, предимно млади хора между 18-30 и 31-40 годишни (само 5% са до 18 годишни). Почти всички са високообразовани. Извън центъра на града живеят над 1/2 от анкетираните посетители – 55%.

3. Анализ на испанска гала вечер с филма „Слабостта на болшевика“

Проявата в обективни показатели

Събитието се е провело на 7 октомври от 19 часа в „Дом на киното“. Сред участниците, както и сред публиката е имало чужденци. Регистрирани са и следните групи посетители – възрастни професионална гилдия и студенти. Локацията не е имала съоръжения за хора с физически увреждания. Аудиторията е била между 51-100 души,

като около 1/3 от капацитета на залата е бил запълнен. Проявата е била със смесен характер. Входът за събитието е бил платен.

Реализираните анкети с посетители са 10.

Оценки на публиките за проявата

Анкетираните са удовлетворени от проявата – средна оценка 7,30 от 10 по десетобалната скала.

Сред анкетираните е отчетена предимно традиционна публика – 1/2 от тях. Локацията и времето на провеждане са определени като подходящи от респондентите.

Цената на билета е определени като по-скоро достъпна – 6,20 по десетобална скала от 1 до 10.

Респондентите са разбрали за събитието най-вече от социални мрежи и приятели/познати. В по-малка степен са застъпени печатни издания/културни гайдове (Програмата), реклама в сайта на организацията, която го провежда реклама по телевизията/радиото и Facebook.

Преобладават жените – 6 от 10, млади в активна възраст до 40 години и представители на средните възрасти 41-50 годишни. Всички са висшисти. Равен дял заемат респондентите живеещи в центъра, спрямо тези от периферни райони на София.

4. Анализ на филма „Всичко е истина“

Проявата в обективни показатели

Филмът се е състоял на 8 октомври от 18:30 ч. в кини „Люмиер Лидл“. Сред участниците не е имало представители от чужбина. Присъствали са следните специфични групи – хора с увреждания, възрастни хора, студенти, като е възможно и присъствието на ученици и професионална гилдия. Проявата не е била адаптирана за чуждестранна публика, както и за хора с физически увреждания. Аудиторията е била между 51-100. Около 1/3 от капацитета на залата е бил запълнен. Проявата е била от смесен тип. Входът за събитието е бил платен.

Реализираните анкети с посетители са 9.

Оценки на публиките за проявата

Респондентите са изразили висока удовлетвореност от проявата – средна оценка 9 от 10.

Почти всички респонденти са посещавали и предишни издания на проявата – 8 от тях. Локацията и времето на провеждане са приети като подходящи от мнозинството респонденти.

Цената на билета е определени като по-скоро достъпна – 6,88 по десетобална скала от 1 до 10.

На първо и второ място посетителите са се информирали за събитието от реклама по телевизията/радиото и печатни издания/културни гайдове (Програмата). Застъпени са приятели/познати, социални мрежи и плакат/брошура.

Сред анкетиранияте силно доминират жените. Най-концентрирани са в групата на 41-50 годишните, които съставят 1/2 от обхванатата аудитория и възрастни над 60 год. Всички са високообразовани. Пет от участниците в анкетата живеят в центъра, спрямо 4 от периферията на столицата.

5. Анализ на бразилска вечер с филма „Невидимият живот на Еуридисе Гузмао“

Проявата в обективни показатели

Събитието се е състояло на 9 октомври от 19 часа в кино „Люмиер Лидл“. Сред участниците и публиката е имало представители от чужбина. Присъствали са следните специфични групи – ученици, хора с увреждания, възрастни хора, професионална гилдия и студенти. Проявата е имала плакат/анонс на английски език и представяне на изпълнителите, програмата и/или съдържанието. Локацията е била адаптирана за хора с увреждания и глухонеми. Аудиторията е била между 101-500 души. Повече от 2/3 от капацитета на залата е бил запълнен. Проявата е била от смесен тип. Входът за събитието е бил платен.

Реализираните анкети с посетители са 15.

Оценки на публиките за проявата

Анкетиранията аудитория е високо удовлетворена от проявата – средна оценка за степен на удовлетвореност 9,27 по десетобалната скала.

Преобладават посетителите, които са посещавали предишни издания на проявата – 11 от 15. Мястото и времето на провеждане са определени като подходящи от мнозинството от посетителите. Само един не е могъл да прецени.

Цената на билета е определена като достъпна – оценка 8 по десетобалната скала от 1 до 10.

Посетителите са се информирали основно от два източника от печатни издания/културни гайдове „Програмата“ и реклама в сайта на организацията, която го провежда. Застъпени са плакат/брошура, социални мрежи, културен гид на СО – Арт План, приятели/познати и билборд.

Профилът на анкетиранияте посетители е доминиращо женски – 11 от тях, млади и по-възрастни в групите 31-40, 41-50 и 51-60 годишни. Мнозинството са висшисти. 2/3 от респондентите живеят в идеални части на центъра, а 5 от анкетиранияте са от периферни райони на града.

6. Анализ на шведска галавечер с филма „Брит Мари беше тук“

Проявата в обективни показатели

Проявата се е състояло на 10 октомври от 19 ч. в „Сити Марк Арт Център“. Сред участниците и аудиторията е имало представители от чужбина. В публиката са присъствали – деца, ученици, възрастни, професионална гилдия и студенти. Проявата е била адаптирана за чужденци чрез плакат/анонс на английски език и представяне на изпълнителите, програмата/съдържанието на английски език. Локацията е била достъпна за хора с увреждания. Аудиторията е била между 101-500 души, като около 2/3 от капацитета на залата е бил запълнен. Проявата е била от смесен тип. Входът за събитието е бил платен.

Реализираните анкети с посетители са 16.

Оценки на публиките за проявата

Респондентите са удовлетворени от проявата – със средна оценка 9,17 от 10 по десетобалната скала от 1 до 10.

9 от 16 респонденти посещават проявата за първи път. Локацията и времето на провеждане са приети като подходящи от почти всички респонденти. Само четирима не смятат, че мястото на провеждане на събитието е подходящо.

Цената на билета е определена като достъпна – оценка 9 по десетобалната скала от 1 до 10.

Обхванатите участници в анкетата са разбрали за проявата от неформални канали - социални мрежи и приятели/познати. Най-малко са се информирали от плакат/брошура, печатни издания/културни гайдове (Програмата) и реклама в сайта на организацията, която го провежда.

Профилът на респондентите се състои от жени (14 от 16), основно млади хора до 30 г. и до 40 годишни, като има представители и на средна възраст до 50 години. Мнозинството са висшисти, като четирима са със средно образование. По-голям дял заема публиката живееща извън центъра на столицата – 9 души, спрямо 5 от идеалните централни части. Двама не живеят в града.

7. Анализ на филма „Истинската история на бандата Кели“

Проявата в обективни показатели

Прожекцията се е състояла на 15 октомври от 18:15 ч. в кино „Одеон“. Сред участниците и публиката не е имало представители от чужбина. Регистрирани са следните групи посетители – хора с увреждания, възрастни, професионална гилдия. Проявата не е била адаптирана за чуждестранна публика. Локацията е имала съоръжения за хора с увреждания. Аудиторията е била до 50 души, като по-малко от 1/3 от капацитета на залата е бил запълнен. Проявата е била от смесен тип. Входът за събитието е бил платен.

Реализираните анкети с посетители са 7.

Оценки на публиките за проявата

Анкетираните посетители демонстрират висока удовлетвореност от събитието – средна оценка 8 по десетобалната скала.

Почти всички респонденти посещават изданието за първи път. Локацията и времето на провеждане са приети като подходящи от респондентите.

Цената на билета е определена като достъпна – оценка 8,86 по десетобалната скала от 1 до 10.

Респондентите са се информирали от няколко източника – социални мрежи, реклама по телевизията/радиото, печатни издания/културни гайдове, плака/брошура и приятели/познати.

Профилът на респондентите е съставен предимно от жени – 4, предимно възрастни над 60 години, като всички са високообразовани. Анкетираната публика е предимно от централни части на града – 6 от 7 души.

8. Анализ на филма „Сирано“

Проявата в обективни показатели

Прожекцията се е състояла на 16 октомври от 18:30 ч. във Френски културен институт. Сред участниците не е имало чужденци, но в публиката са присъствали представители от чужбина. Проявата е имала наличие на субтитри. Локацията не е била адаптирана за хора с увреждания. Аудиторията е била до 50 души, като по-малко от 1/3 от капацитета на залата е бил запълнен. Проявата е била от смесен тип. Входът за събитието е бил платен.

Реализираните анкети с посетители са 12.

Оценки на публиките за проявата

Посетителите са високо удовлетворени от събитието – средна оценка 9,08 по десетобалната скала.

Над 1/2 от респондентите са присъствали и на предишни издания на проявата, спрямо седем души, които посещават изданието за първи път. Локацията и времето на провеждане са определени като по-скоро подходящи от анкетираните. По отношение на времето на провеждане, двама са преценили, че то не е подходящо. Само един от анкетираните не одобрява и локацията.

Цената на билета е определена като достъпна – оценка 8,17 по десетобалната скала от 1 до 10.

Посетителите са научили за събитието от неформални мрежи - приятели/познати. На второ и трето място са се информирали от печатни издания/културни гайдове и социални мрежи. Застъпени са реклама по телевизията/радиото, реклама в сайта на организацията, която го провежда, телевизионно/радио предаване, плакат/брошура и билборд.

Профилът на респондентите е съставен предимно от жени – 7. Представители на младите и средни поколения, като най-много са младите до 30 години и 40 години, които съставят 1/2 от извадката. Обхванатите в анкетата са предимно с

висше/полувисше образование. Около 2/3 са респондентите живеещи извън центъра на града – 7 души.

9. Анализ на филма „Мъжът, който си играеше с огъня“

Проявата в обективни показатели

Прожекцията се е състояла на 18 октомври от 18:30 ч. в „Casa Libri“. Сред участниците не е имало чужденци. В публиката са отчетени следните групи – възрастни и професионална гилдия. Проявата не е адаптирана за чуждестранна публика. Локацията не е била адаптирана за хора с увреждания. Публиката е била до 50 души, като по-малко от 1/3 от капацитета на залата е бил запълнен. Проявата е била от смесен тип. Входът за събитието е бил платен.

Проведените анкети с посетителите са 5.

Оценки на публиките за проявата

Аудиторията е високо удовлетворена от събитието – средна оценка 8,8 по десетобалната скала.

Преобладават респондентите посещаващи изданието за пореден път – 3 от 5. Локацията и времето на провеждане са определени като подходящи от всички анкетиранни.

Цената на билета е определена като достъпна – оценка 8 по десетобалната скала от 1 до 10.

Посетителите са разбрали за събитието основно от неформални кръгове социални мрежи и приятели и познати. Застъпени са реклама по телевизията/радиото и печатни издания.културни гайдове (Програмата).

Респондентите са предимно жени – 7 от 12, млади до 40 и в средните възрасти 41-50 и до 60 години. Всички са предимно с висше образование. 4 от 5 участника в анкетата живеят в центъра на столицата.

10. Анализ на прожекцията „ 5 е свършеното число“

Проявата в обективни показатели

Прожекцията се е състояла на 19 октомври от 19 часа в „Дом на киното“. Сред участниците е имало международни артисти. В публиката са отчетени следните групи – деца, ученици, възрастни, професионална гилдия и студенти. Събитието е било адаптирано за чуждоезична публика, чрез плакат/анонс на английски език и субтитри. Локацията не е била адаптирана за хора с увреждания. Публиката е била между 51-100 души, като конкретният брой е 90 души. Около 1/3 от капацитета на залата е бил запълнен. Проявата е била със смесен характер. Входът за събитието е бил платен.

Проведените анкети с посетителите са 11.

Оценки на публиките за проявата

Аудиторията е много удовлетворена от събитието – средна оценка 8,09 по десетобалната скала.

Преобладава традиционната публика - 6, спрямо трима посещаващи изданието за първи път. Локацията и времето на провеждане са определени като подходящи от всички анкетирани. Един не е могъл да прецени.

Цената на билета е определена като достъпна – оценка 8,88 по десетобалната скала от 1 до 10.

Посетителите са разбрали за проявата основно от приятели и познати. На второ място от реклама в сайта на организацията, която го провежда. Застъпени са печатни издания/културни гайдове, социални мрежи, плакат/брошура, реклама по телевизията/радиото, сайт на СО и медийно партньорство.

Анкетирани са предимно жени, млади хора в групите 31-40 и 18-30 години. Мнозинството са висшисти. Доминират респондентите, които живеят извън центъра на София – 6 души.

26. ИЗКУСТВОТО НА БАРОКА



Фестивалът в обективни показатели

За тринайсети път фестивалът представя произведения от минали епохи, изпълнени на старинни инструменти от български и европейски утвърдени изпълнители. Фестивалът, организиран от Сдружение „Луксуриа Еуропае“, традиционно е част от Календара на културните събития на Столична община, като получава финансова подкрепа в размер на 40 000 лв. Тази година в програмата му са включени 7 концерта, реализирани на три локации: Аула на СУ, Галерия и зала Оборище 5, Регионален исторически музей.

В мониторинга са обхванати 3 от концертите, реализирани и на трите фестивални локации - Аула на СУ, Галерия и зала Оборище 5, Регионален исторически музей. В

два от концертите сред участниците са присъствали изпълнители от чужбина, един е бил изцяло с български артисти.

По отношение на специфичните социални групи, и на трите концерта са присъствали както професионалисти, така и ученици, възрастни хора, студенти. На две от проявите са регистрирани и чуждестранни посетители, а хора с увреждания са присъствали на един от концертите, в останалите случаи екипът се е затруднил да прецени дали е имало такива групи.

Всички концертни локации се намират в централната градска част (на закрито), като по наблюдения на екипите не са били адаптирани за специфични социални групи (хора с двигателни, зрителни, слухови затруднения). В един от случаите присъства интерактивен елемент под формата на беседа, представяне на произведенията.

Размерът на публиката е бил в диапазона 51-100 души (на един от концертите) или на 101-500 души (два концерта), като пространствата на залите са били или запълнени на около 2/3, или изцяло запълнени (два от случаите).

Всички посетени прояви са със смесен характер, не са предназначени за конкретни целеви групи, и са с платен достъп. Реализирани са общо 36 анкети с представители на публиката.



Оценки на публиките за фестивала

Публиките на фестивала са много високо удовлетворени като цяло от посетените концерти – средната оценка по десетобална скала е 9.2. Малко над половината анкетирани са традиционни посетители, но значителна част са и присъстващи за първи път на фестивала.

И локациите, и времето на провеждане на концертите са оценени почти единодушно като подходящи. Цените на билетите също са определени като по-скоро подходящи, макар не с такава категоричност (средна оценка 7,65 по десетобална скала). Три са основните източници на информация за посетителите: неформални кръгове от приятели и познати (над половината анкетирани посочат този канал), социалните мрежи, плакат/брошура. Много по-рядко са споменавани други източници като сайта на СО, тв/радио предаване, зала България, конкретен сайт и др.

Като социално-демографски профил присъстват значително повече жени (83%), високо образовани, почти половината представители на поколенията над 60 г. Малко над половината от анкетираните живеят в центъра на града. Останалата част живеят или извън центъра, или извън София.



Медийни отзиви за фестивала

Предоставените за фестивала медийни отзиви са общо 22, от които подходящи за обработка и анализ са 18. Почти всички са в интернет сайтове (16 случая), налични са по една публикация в социални мрежи и радио. За фестивала би трябвало да са налични повече публикации в телевизии и радиа (споменати са 5 излъчвания по БНТ,

както и отразяване в БТВ, също и в БНР, Класик ФМ радио), но не са предоставени линкове към тях, поради което не попадат в обхвата на обработените отзиви.

Наличните публикации са поравно в специализирани и масови издания, като всички предхождат началото на фестивала и имат предимно информативен характер. Интервютата с организатор/участник са 3 от 18. Тонът на заглавията на публикациите е предимно неутрален (в 16 от 18 случая), докато в съдържателно отношение почти всички отзиви са с положително внушение (17 от 18). Столична община се споменава като партньор на събитието в мнозинството от случаите (11 от 18). Всички публикации са отразени на български език.

1. Анализ на откриване с концерт на Фестивален бароков ансамбъл

Проявата в обективни показатели

Откриването на фестивала се е състояло на 1 октомври в 18:30 ч. в Регионален исторически музей София. Сред участниците е имало международно участие. В публиката е имало чуждестранни посетители, деца, ученици, хора с увреждания, възрастни хора, професионална гилдия и студенти. Проявата е имала плакат/анонс на английски език. Локацията не е била адаптирана за хора с увреждания. Аудиторията е била между 101-500 души, като капацитетът на пространството е бил запълнен. Проявата е била предназначена за всички възрасти. Входът за проявата е бил платен.

Реализираните анкети с посетители са 15.

Оценки на публиките за проявата

Средната оценка за цялостна удовлетвореност на анкетиранияте посетители е 9,60 по десетобална скала от 1 до 10.

Аудиторията на събитието е предимно традиционна публика – 9 от 15 души. Локацията е одобрена от 10 души, а 4 от тях я определят като неподходяща. Един не е могъл да прецени. По отношение на времето на провеждане почти всички смятат, че то е подходящо, само един не е могъл да прецени.

Цената на билета е определена като достъпна – 8,75 по десетобална скала от 1 до 10.

Анкетиранията аудитория се е информирала за събитието основно от приятели и познати (60%), в по-малка степен, но не на последно място са застъпени реклама по телевизията/радиото, социални мрежи, печатни издания/културни гайдове, от телевизионно/радио предаване, сайта на Столична община, плакат/брошура и други източници – зала „България“ и Гугъл.

Почти всички са жени – 14 души. Във възрастово отношение се наблюдава концентрация на хора над 60 годишна възраст. Мнозинството са висшисти. Над 1/2 от респондентите живеят в идеални части на центъра. Само един от анкетиранияте не живее в София.

2. Анализ на концерт „Шалюмо – изгубена любов“

Проявата в обективни показатели

Концертът се е състоял на 16 октомври в 19:30 часа извън центъра в Аула на СУ „Св. Климент Охридски“. Сред участниците, както и сред публиката е имало чужденци. В публиката са присъствали следните групи - деца, ученици, възрастни хора, професионална гилдия и студенти. Проявата е имала плакат/анонс на английски език. Локацията не е била адаптирана за хора с увреждания. По време на концерта е имало представяне/беседа на всяко от произведенията. Аудиторията е била между 101-500 души, като капацитетът на пространството е било запълнено. Проявата е била със смесен характер. Входът за концертът е бил платен.

Реализираните анкети с посетители са 11.

Оценки на публиките за проявата

Средната оценка за цялостна удовлетвореност на анкетирания посетители е 8,90 по десетобална скала от 1 до 10.

Преобладава традиционната публика - 7, спрямо трима, които посещават изданието за първи път. И локацията, и времето на провеждане на събитието са определени като подходящи от почти всички участници в анкетата.

Цената на билета е определени като достъпна – 7 по десетобална скала от 1 до 10.

Анкетирания аудитория се е информирала за събитието от приятелски кръгове. В много малка степен са го направили от социални мрежи и плакат/брошура.

Доминира женското присъствие – 9 души, предимно възрастни над 60 години (само един е между 18-30 г.). Преобладават висшистите, само двама са със средно образование. Предимно са живеещи в центъра на града (6 души), спрямо 5 от в периферията на София.

1. Анализ на концерт „Звукът, разпръснат в рими“

Проявата в обективни показатели

Концертът се е провел на 13 ноември в 19:30 ч. в галерия “Оборище 5“. По данни на анкеторския екип присъствал на събитието, сред посетителите, както и сред публиката е имало чужденци. Регистрираните специфични групи в публиката са ученици, възрастни хора, професионална гилдия. Проявата е била адаптирана за чужденци с плакат/анонс на английски език. Локацията не е била адаптирана за хора с физически увреждания. Публиката е била между 51-100 души, като повече от 2/3 от капацитета на пространството е бил запълнен. Проявата е подходяща за всякакви възрасти. Входът за събитието е бил платен.

Реализираните анкети с посетители са 10.

Оценки на публиките за проявата

Средната оценка за цялостна удовлетвореност на анкетирания посетители е 8,9 по десетобална скала от 1 до 10.

Поравно са разпределени респондентите посещаващи изданието за първи път, спрямо традиционната публика.

И локацията, и времето на провеждане на събитието са определени като подходящи от всички участници.

Цената на билета е определена като достъпна – 7,8 по десетобална скала от 1 до 10.

Анкетираната аудитория се е информирала основно от два източника - реклама в сайта на организацията, която го провежда и приятели/познати. В по-малка степен, но не на последно място са се информирали от печатни издания/културни гайдове, социални мрежи, плакат/брошура и други източници – Гугъл, teatre.art.bg, традиционно посещение.

Сред обхванатата в анкетата публика доминират жените – 7. Млади и на средна възраст 31-40 и 41-50 годишни, като мнозинството са висшисти. Над 2/3 от респондентите живеят в центъра на града – 7 души, спрямо двама от периферни райони. Един от анкетираните не живее в София.

27. АСТ ФЕСТИВАЛ ЗА СВОБОДЕН ТЕАТЪР



Фестивалът в обективни показатели

Деветото издание на „АСТ Фестивал за свободен театър“ се състоя между 18 – 23.10.2019г. Събитията са реализирани на 8 локации в центъра на столицата. Тази година изданието включва най-доброто от съвременната българска независима сцена – 8 представления, международна селекция - 4, образователна програма и паралелна програма – срещи със специалисти, дискусии, уъркшопи, 3 театрални филма и представяне на 10 откъса на представления – чрез VR.

В мониторинга са обхванати 3 събития - 2 мултижанрови и 1 театрално представление, състояли се в театър „Азарян“ и „ДНК“.

Регистрирани са международни артисти в 1 от проявите. Има представители на целевите групи – чужденци (на 3 прояви), възрастни хора (на 1 проява), професионална гилдия (3 прояви) и студенти – 3 от 3 прояви. Всички посетени събития са се провели в центъра.

Събитията са били адаптирани за чуждестранна публика поне по един от следните начини: наличие на симултанен превод (1 проява), субтитри (1 проява), като една от проявите не е била адаптирана за чуждоезична публика.

Пространствата, в които са се провели събитията, не са били адаптирани за хора с физически увреждания.

В нито едно от посетените събития не е регистрирано взаимодействие с публиката.

Част от проявите са били с аудитория до 50 души (2 от 3), и едно е било с публика между 51-100 души, с конкретен брой на публиката – 60 души. Капацитетът на пространствата е бил запълнен при 2 от събитията, а повече от 2/3 - 1 проява.

Събитията са били подходящи за широк кръг публика. Достъпът до проявите е бил платен.

Реализираните анкети с посетители са 20.



Оценки на публиките за фестивала

Посетителите обхванати в мониторинга са високо удовлетворени от събитията – средната оценка за цялостна удовлетвореност е 9,11 по десетобална скала от 1 до 10.

Фестивалът привлича традиционна публика – 55% са присъствали и на предишни издания, докато 40% го посещават за първи път.

Като цяло локациите, и времето на провеждане на събитията са определени като достъпни от мнозинството посетители. Локацията е определена като неподходяща от един от посетителите. Двама не са могли да преценят по отношение на локацията и времето на провеждане на събитията.

Цената на билетите е определена като достъпна – 8,47 по десетобална скала от 1 до 10

Основни информационни източници за респондентите са неформалните канали приятели/познати (60%) и социални мрежи (35%). В малка степен са застъпени – реклама по телевизията/радиото, печатни издания/културни гайдове (Програмата), реклама в сайта на организацията, която го провежда и телевизионно/радио предаване.

Сред анкетираните доминират жените - 75% (15 души), значителна част са млади до 30 годишни (8 души), като има представители и в групите до 40г. и над 60 годишна възраст. Преобладават висшистите – 19 от тях. По-голямата част от посетителите живеят в центъра на столицата (13 души), а в периферни зони на града са 7 от тях.



Медийни отзиви за фестивала

От предоставените 86 медийни отзива за фестивала, 76 са подходящи за анализ и обработка. Почти всички (91%) са поместени в интернет сайтове, малка част са публикации в радио (4%) и телевизионни предавания (4%). Преобладават масовите

издания (72%), а специализираните издания за изкуство/култура представляват 28% от общия обем на медийните публикации. Всички публикации предхождат началото на фестивала, като имат предимно информативен характер (79%). Интервютата с участници/организатори са 16%, а аналитичните материали – едва 5%. Тонът на заглавията е с лек превес на положително звучене (58%) спрямо неутралното (42%). В съдържателно отношение публикациите звучат предимно положително (72%) Столична община като партньор на събитието се споменава в малко под 1/3 от случаите (28%). Публикациите са изцяло на български език.

1. Анализ на холографска театрална пиеса „Н“ - Франция

Проявата в обективни показатели

Мултижанровото събитие се е състояло на 19.10.2019 в 19 ч. в пространство за съвременен танц и театър „ДНК“. В проявата е имало артисти от чужбина. Сред публиката са присъствали представители на следните групи – чужденци, студенти, като е възможно присъствието и на професионална гилдия. По време на проявата е имало симултанен превод. Локацията не е имала условия за хора с физически увреждания. Няма елементи на взаимодействие с публиката. Аудиторията е била до 50 души, като капацитетът на залата е била запълнена. Проявата е била от смесен тип. Входът за проявата е бил платен.

Реализираните анкети с публиката са 5.

Оценки на публиките за проявата

Аудиторията взела участие в анкетата е високо удовлетворена от събитието – средна оценка 9 от 10 по десетобалната скала.

Почти всички респонденти посещават проявата за първи път- 3, спрямо двама традиционно посещаващи изданието.

Мястото и времето на провеждане на събитието са определени като подходящи от почти всички анкетиращи участници.

Цената на билета е определена като достъпна – 9,2 по десетобална скала от 1 до 10

Анкетираните са се информирали за събитието основно от приятели и познати, реклама по телевизията/радиото и социални мрежи.

Сред респондентите има представители предимно на млади хора до 30 г., като има представители на по-възрастните между 51-60 години. Преобладават жените – 4 от 5. Мнозинството са а висше образование. Почти всички анкетиращи живеят в централните части на София – 4 души.

2. Анализ на „Hating Machine“ – физически пърформанс

Проявата в обективни показатели

Мултижанровото събитие се е състояло на 22.10.2019 г. от 20 часа в пространство за съвременен танц и театър „ДНК“. В проявата не е имало чуждестранни артисти. Сред публиката са присъствали представители на следните групи – чужденци, студенти и професионална гилдия. Проявата е била адаптирана за публиката чрез субтитри. Локацията не е имала условия за хора с физически увреждания. Няма елементи на

взаимодействие с публиката. Аудиторията е била между 51-100 души, като конкретният брой е бил 60 души. Капацитетът на залата е бил запълнен. Проявата е от смесен тип. Входът за проявата е платен.

Реализираните анкети с публиката са 10.

Оценки на публиките за проявата

Аудиторията е високо удовлетворена от събитието – средна оценка 9,22 от 10 по десетобалната скала.

Наблюдава се предимно публика, която е посещавала и предишни издания – 6 души, спрямо четирима, които посещават проявата за първи път.

Мястото и времето на провеждане на събитието са определени като подходящи от почти всички анкетираните участници – 8 души. Един определя локацията като неподходяща, а двама не са могли да преценят дали времето и мястото на провеждане на събитието са подходящи.

Цената на билета е определена като достъпна – 7,9 по десетобална скала от 1 до 10

Анкетираните са се информирали за събитието основно от приятелски кръгове и социални мрежи. В малка степен са разбрали за събитието от печатни издания/културни гайдове (Програмата), реклама в сайта на организаторите и телевизионно/радио предаване.

Сред анкетираните има представители предимно на млади хора между 31-40 г. и 18-30 г., като има представители и на по-възрастните поколения. Преобладават жените – 7 души, всички с висше образование. Поравно са разпределени дяловете на респондентите живеещи в център-периферия.

3. Анализ на театрален пърформанс „Цикадите”

Проявата в обективни показатели

Проявата се е състояла на 23.10.2019 в 18:30 ч. в театър „Азарян“. В проявата не е имало артисти от чужбина. Сред публиката са присъствали представители на следните групи – чужденци, възрастни хора, професионална гилдия и студенти. Проявата не е била адаптирана за чуждестранна публика. Локацията не е имала условия за хора с физически увреждания. Няма елементи на взаимодействие с публиката. Аудиторията е била до 50 души, като повече от 2/3 от капацитета на залата е бил запълнен. Проявата е от смесен тип. Входът за проявата е бил платен.

Реализираните анкети с публиката са 5.

Оценки на публиките за проявата

Аудиторията взела участие в анкетата е високо удовлетворена от събитието – средна оценка 9 от 10 по десетобалната скала.

Почти всички респонденти традиционно посещават изданието – 3 души, спрямо двама нови посетители.

Мястото и времето на провеждане на събитието са определени като подходящи от анкетиранияте участници.

Цената на билета е определена като достъпна – 9 по десетобална скала от 1 до 10

Анкетиранияте са се информирали за събитието основно от неформални канали, като приятели и познати и социални мрежи.

Сред респондентите има представители предимно на млади хора до 30 г. и до 40 годишни, като има и по-възрастни между 51-60 години. Преобладават жените – 4 души. Мнозинството са висшисти, само един е със средно образование. Четирима от анкетиранията аудитория живеят в централните части на столицата.

28. МЕЖДУНАРОДЕН ФОРУМ ЗА КОМПЮТЪРНИ ИЗКУСТВА КОМПЮТЪРНО ПРОСТРАНСТВО



Фестивалът в обективни показатели

31-вото издание на международния форум за компютърни изкуства „Компютърно пространство“ е проведено от 24 до 26 октомври 2019 г. в залите на Националния студентски дом в центъра. Програмата на фестивала представя 3 основни теми - изкуствен интелект, виртуална реалност, стари и нови медии. По традиция се е провела конкурсна програма и награждаване в областите – компютърна графика, анимация, електронна музика, веб-дизайн и мобилни приложения.

В мониторинга са обхванати 3 събития в Студентски дом – една изложба и две презентации.

Не е имало участие на чужденци в организацията на събитията. В 2 от посетените събития са регистрирани чуждестранни посетители. Има представители и на следните групи – ученици, професионална гилдия и студенти – на 3 от 3 прояви. Всички събития са на закрито в центъра на града.

Посетените прояви са били адаптирани за чуждестранна публика поне по един от следните начини: наличие на плакат/анонс на английски език (3 случая), наличие на симултанен превод (1 случай), наличие на субтитри (2 случая) и представяне на изпълнителите, програмата/ съдържанието на английски (1 от проявите).

Пространството, в което са се провели събитията, не е било адаптирано за хора с физически увреждания.

Елементи на взаимодействие с публиката е имало във всички посетени събития, като при 1 от тях е имало и демонстрация с VR-технология.

Събитията са били с публика до 50 души – 27 души (1 събитие), 32 души (1 събитие) и 35 души (1 събитие). Капацитетът на пространствата е бил запълнен около 1/2 – 2 от 3 прояви или по-малко от 1/3 – в една от проявите.

Събитията са били със смесен характер. Достъпът до тях е бил свободен.

Реализираните анкети с посетители са 19.



Оценки на публиките за фестивала

Посетителите, обхванати в мониторинга, са високо удовлетворени от събитията – средната оценка за цялостна удовлетвореност е 8,42 по десетобална скала от 1 до 10.

Малко над половината от обхванатите респонденти посещават събитията за първи път, докато останалите са посещавали и предишни издания на проявата.

Като цяло локациите, и времето на провеждане са единодушно определени като достъпни от посетителите.

Анкетираните са се информирали за събитията от социални мрежи (53%), приятели/познати (42%). По-слабо от реклама в сайта на организацията, която го провежда, плакат/брошура и от участник.

В социално-демографския профил на посетителите доминират мъжете (63% спрямо 37% - жени), преобладаващо млади хора до 30 годишни (58%), както и респонденти на средна възраст. Мнозинството от анкетираните са висшисти. Голяма част от посетителите живеят в периферията на столицата (74%), а в центъра са 27% от тях.



Медийни отзиви за фестивала

Медийните отзиви, предоставени от организатора, са 10, от които подходящи за обработка са 7. Почти всички от тях са поместени в интернет сайтове, една публикация присъства в социална мрежа (Фейсбук). Шест от изданията са в масови медии, едно е в специализиран портал за изкуство/култура. В пет от случаите публикациите предхождат началото на фестивала, в два са след неговото провеждане. Преобладават информационните статии (5 от случаите), налични са по едно интервю с организатор/участник и един аналитичен материал. Тонът на всички заглавия е неутрален, а в съдържателно отношение – положителен. Столична община като партньор на събитието по линия на ККССО се споменава в два от случаите. Всички публикации са на български език.

1. Анализ на изложба на компютърни графики и илюстрации – Иво Георгиев.

Проявата в обективни показатели

Събитието се е състояло на 24 октомври от 18 до 18:30 ч. в театрална зала на Студентски дом. Сред участниците не имало международно участие. По данни на анкеторския екип сред посетителите е имало чужденци, ученици, професионална гилдия и студенти. Проявата е имала плакат/анонс на английски език. Локацията не е била адаптирана за хора с физически увреждания. По време на проявата е имало провокация, която въвлича публиката във взаимодействие с участниците. Аудиторията е била до 50 души, като конкретния брой е 35 души. По-малко от 1/3 от капацитета на пространството е бил запълнен. Проявата е подходяща за всякакви възрасти. Входът за събитието е бил свободен.

Реализираните анкети с посетители са 6.

Оценки на публиките за проявата

Оценка за цялостна удовлетвореност на анкетирания посетители е 9,33 по десетобална скала от 1 до 10.

Аудиторията се състои предимно от хора, които посещават изданието за първи път – 4 души. Локацията и времето на провеждане на събитието са определени като подходящи от всички респонденти.

Анкетирания аудитория се е информирала за проявата от социални мрежи и приятели/познати. Най-малко застъпени са реклама в сайта на организаторите и автора на изложбата.

Поравно са разпределяни дяловете между мъжете и жените. 1/2 са млади между 18-30 години, като има представители и на средна възраст 41-50 години. Всички са високообразовани. Преобладават респондентите, които живеят в периферни райони на София – 4 от 6 души.

2. Анализ на лекция „Виртуална реалност“ с лектори Момчил Алексиев и Димо Чотров

Проявата в обективни показатели

Събитието се е състояло на 25 октомври между 16:30-17 ч. в театрална зала на Студентски дом. По данни на анкеторския екип присъствал на събитието, сред участниците и публиката не е имало гости от чужбина. В публиката са присъствали ученици, професионална гилдия и студенти. Проявата е имала плакат/анонс на английски език, наличие на субтитри и представяне на изпълнителите, програмата/съдържанието на английски. Локацията не е била достъпна за хора с физически увреждания. Аудиторията е била до 50 души, като конкретният брой на публиката е бил 32 души. Около 1/2 от пространството е бил запълнен. Проявата е била от смесен тип. Входът за проявата е бил свободен.

Реализираните анкети с посетители са 6.

Оценки на публиките за проявата

Аудиторията е много удовлетворена от проявата – средна оценка 8 по десетобална скала от 1 до 10.

Голяма част от обхванатите в анкетата са посетили проявата за първи път – 4 от тях. И локацията, и времето на провеждане на събитието са определени като подходящи от респондентите.

Аудиторията се е информирала за събитието основно от неформални кръгове - социални мрежи и приятели/познати. Като използван източник е посочен и плакат/брошура.

Профилът на анкетираните е предимно от мъже – 4. Има представители на различни възрасти, като основно са млади до 18 и на 18-30 години, които формират 2/3 от извадката. 1/2 от респондентите са висшисти, а двама са с образование по-ниско от средното. Извън центъра живеят 2/3 от участниците в анкетата.

3. Анализ на изложба „Проекти за изкуствен интелект“ – Максим Таралов и Бойчо Спасов.

Проявата в обективни показатели

Изложбата се е състояла на 26 октомври между 10:30-11 ч. в театрална зала на Студентски дом. Сред участниците не имало международно участие. По данни на анкетаторския екип сред посетителите е имало чужденци, ученици, професионална гилдия и студенти. Проявата е била адаптирана за чуждестранна публика по един от следните начини – наличие на плакат/анонс на английски език, симултанен превод и наличие на субтитри. По време на проявата е имало провокация, която въвлеча публиката във взаимодействие с участниците. Аудиторията е била до 50 души, като конкретната аудитория е 27. Капацитетът на пространството е бил запълнен около 1/2. Проявата е подходяща за всякакви възрасти. Входът за събитието е бил свободен.

Реализираните анкети с посетители са 7.

Оценки на публиките за проявата

Средната оценка за цялостна удовлетвореност на анкетираните посетители е 8 по десетобална скала от 1 до 10.

Преобладава традиционната публика - 3, спрямо новите посетители - 2. И локацията, и времето на провеждане на събитието са определени като подходящи от повечето респонденти (6 от тях). Един не е могъл да прецени дали локацията е подходяща, а друг респондент не одобрява времето на провеждане на събитието.

Анкетираната аудитория се е информирала от 3 източника: социални мрежи и приятели/познати. Най-малко са се информирали от реклама в сайта на организаторите.

Преобладават мъжете – 5, спрямо жените – 3. Основно млади между 18-30 години, висшисти, като 2 души са със средно образование. По-голямата част от анкетираните живеят в централни части на града – 5 от 7 души.

29. ЕВРОПЕЙСКА НОЩ НА ТЕАТРИТЕ



Фестивалът в обективни показатели

За поредна година между 11 - 17 ноември се проведе „Нощ на театрите“. Събитията от фестивала са проведени в 78 локации в центъра и извън центъра на столицата. В програмата са включени фотографски изложби, театрални постановки, дискусии, турове зад кулисите на театрални институции, детски оперни и театрални представления.

В рамките на мониторинга са обхванати 4 представления, състояли се в пространствата на театър „София“, „Nova Art Space“, МГТ „Зад канала“, ОКИ „Средец“.

Проявите не са с изразено международно участие. По отношение на специфичните целеви групи анкеторските екипи са отчетливи – деца (на 3 прояви), ученици (3 прояви), възрастни хора (3 прояви), професионална гилдия (1 проява) и студени (1 проява). Всички представления са се провели на закрито.

Събитията са били адаптирани за чуждестранна публика по един от следните начини: наличие на плакат/анонс на английски език – 1 от 4 случая, субтитри – в 1 случай. Две прояви не са били адаптирани за чуждестранна публика.

Локацията е адаптирана за хора с физически увреждания в 1 от 4 прояви.

В 2 от 4 събития проявата е имала елементи на взаимодействие с аудиторията, чрез провокация или игра с публиката.

1/2 от събитията са били с публика между 101- 500 души (2 от тях), между 51-100 (в 1 случай) и до 50 души – в едно от събитията. Капацитетът на пространствата е бил запълнен (на 1 проява), повече от 2/3 (на 2 прояви) и около 1/2 – една проява.

2 от 4 прояви са били със смесен характер, другите две са били предназначени за деца. Достъпът до представленията е бил платен.

Реализираните анкети с посетители са 44.



Оценки на публиките за фестивала

Анкетираните посетители са високо удовлетворени от събитията – средната оценка за цялостна удовлетвореност е 9,41 по десетобална скала от 1 до 10.

Фестивалът в голяма степен привлича традиционна публика – 64% са присъствали и на предишни издания, докато 36% са новите посетители.

И локациите, и времето на провеждане на събитията са определени като достъпни от мнозинството посетители. Един не е могъл да прецени, а друг смята, че локацията не е подходяща за събитието.

Цената на билетите за посещение е определена като достъпна – 8,05 по скала от 1 до 10.

Три са основните информационни източници за събитията – социални мрежи (36%), приятели/познати (34%) и реклама в сайта на организацията, която го провежда (14%). В по-малка степен, но не на последно място са застъпени печатни издания/културни гайдове „Програмата“, сайт на Столична община, покана от участник, телевизионно/радио предаване, плакат/брошура, билборд, тв реклама в метрото, от преподавател, Гугъл, Facebook, сайт на театъра, в които се провежда спектакъла, „София играе“.

Като социално-демографски профил посетителите са с доминация на женската публика (84% спрямо 16% в полза на жените), значителна част са на средна възраст до 50 г. (34%) и представителите до 40 години (16%), високо образовани – 80% висшисти. Съотношението между живеещи в центъра е по-голямо (52%), спрямо живеещите в център-периферия – 46%. Двама не живеят в София.



Медийни отзиви за фестивала

Медийните материали, предоставени за събитието, са 150, като от тях 128 са подходящи за обработка и анализ. Мнозинството от тях са поместени в интернет сайтове (88%), като останалата част са публикувани основно в телевизионни предавания (9%). Съответно по 2% са публикациите в радиа и месечни списания-печатни издания. Преобладават масовият тип медии (78%), в специализирани издания за изкуство/култура са поместени 22% от отзивите. Почти всички материали предхождат началото на Европейска нощ на театрите (91%), като доминират тези с информативен характер (76%). Въпреки това, 16% са отразените интервюта с участник/организатор, а в 9% от случаите това са материали с аналитичен/критичен характер. Тонът на заглавията е преобладаващо неутрален (78%), в 22% е положителен. В съдържателно отношение почти всички отразявания звучат положително (96%). Столична община се споменава като партньор на събитието в 23% от публикациите. Всички материали са на български език.

1. Анализ на представление „Том Сойер“

Проявата в обективни показатели

Представлението се е състояло на 16.11.2019 от 11 часа в Малък градски театър „Зад канала“. В реализацията няма участие на чуждестранни артисти. Сред посетителите на представлението е отчетено присъствието на следните групи – деца, ученици и възрастни хора. Проявата не е била адаптирана за чуждестранна публика. По данни на анкетаторския екип, представлението е имало елементи на игра с публиката. Мястото на събитието не имало съоръжения за хора с увреждания. По време на проявата е имало игра с публиката. Аудиторията е била между 101-500 души, като повече от 2/3 от капацитета на залата е бил запълнен. Събитието е било предназначено за деца. Достъпът до събитието е платен.

Реализираните анкети с посетители са 10.

Оценки на публиките за проявата

Анкетираните изразява висока удовлетвореност - 9,44 по десетобалната скала от 1 до 10.

Шест от анкетиранияте посещават изданието за поредна година, а четирима го посещават за първи път. Локацията и времето на провеждане на събитието са подходящи за всички респонденти.

Цената на билета за посещение е определена като достъпна – 7,4 по десетобална скала от 1 до 10.

Мнозинството от анкетиранияте респонденти са се информирали основно от социални мрежи, реклама в сайта на организаторите и приятели/познати. Застъпени са печатни издания/културни гайдове, от преподаватели и сайт на МГТ.

Преобладават възрастните между 41-50 години и над 60 годишните. Предимно жени – 8, спрямо мъже - 2. Мнозинството са с висше/полувисше образование, само един е със средно. Предимно хора живеещи в центъра на София – 6, спрямо живеещи в периферията на града – 4 души.

2. Анализ на представлението „Палачи“

Проявата в обективни показатели

Представлението се състояло на 16 ноември от 19 часа в Театър София. В реализацията на проявата не е имало участие на чуждестранни артисти. Проявата е била адаптирана за чуждестранна публика чрез субтитри. Не е имало елементи на взаимодействие с публиката. Аудиторията е между 101-500 души. Повече от 2/3 от капацитета на залата е бил запълнен. Проявата е била подходяща за всякакви възрасти. Достъпът до събитието е платен.

Реализираните анкети с посетители са 14.

Оценки на публиките за проявата

Участниците в анкетата изразяват висока цялостна удовлетвореност - 8,75 по десетобалната скала от 1 до 10.

Равни са дяловете на традиционната публика, спрямо респондентите, които посещават изданието за първи път. Локацията и времето на провеждане на събитието са определени като достъпни от мнозинството анкетиранни, само един не е смята, че локацията е подходяща, за този тип събития.

Цената на билета за посещение е определена като достъпна – 7,77 по десетобална скала от 1 до 10.

Използваните информационни източници за събитието са разнообразни, но основно са се информирали от социални мрежи и приятели и познати. Застъпени са реклама в сайта на организацията, която го провежда и сайт на СО. Най-малко са се информирали от печатни издания/културни гайдове като „Програмата“, телевизионно/радио предаване, билборд и други източници – Гугъл, Facebook и сайт на „София играе“

В публиката преобладават участниците на средна възраст до 50 години (5 души), като има и млади до 40 и възрастни над 60 години. Женското присъствие сред анкетираните доминира - 12. 1/2 от анкетираната публика живее в периферни части на града, като един от тях не живее в София.

3. Анализ на постановка „Шрек“

Проявата в обективни показатели

Проявата се е провела на 16.11.2019 от 16 часа в ОКИ „Средец“ в центъра на София. В реализацията няма участие на чуждестранни артисти. Сред посетителите са присъствали деца, ученици и възрастни хора, като е възможно и присъствието на студенти и професионална гилдия. Събитието не е било адаптирано за чуждестранна публика, както и за хора с увреждания. Представлението няма елементи на взаимодействие с публиката. Аудиторията е между 51-100 души. Капацитетът на пространството където се е провела проявата е бил запълнен около 1/2. Събитието е предназначено за деца. Достъпът до проявата е бил платен.

Реализираните анкети с посетители са 10.

Оценки на публиките за проявата

Посетителите, които са били анкетиранни са максимално удовлетворени от проявата - оценка 10 по десетобалната скала от 1 до 10.

Преобладава публиката, която е посещавала и предишни издания – 7 души, спрямо 3 посещаващи го за първи път.

И локацията, и времето на провеждане на събитието са напълно подходящи според мнозинството анкетирана публика. Един не е могъл да прецени дали времето на провеждане е подходящо.

Аудиторията се е информирала за събитието в най-голяма степен от приятелски кръгове, а на второ място от социални мрежи. В по-малка степен са го направили от други източници – участник в представлението.

Анкетираните посетители са доминиращо жени – 9 души. Участниците в анкетата са предимно на средна възраст до 50 години, които съставят 1/2 от извадката.

Мнозинството са с висше/полувисше образование, като двама са със средно. Шестима от посетителите живеят в центъра на града, спрямо 4 живеещи в периферни райони на столицата.

4. Анализ на авторски моноспектакъл „Game over“

Проявата в обективни показатели

Спектакълът е проведен на 16.11.2019 от 20 часа в „Nova Art space“ в центъра на София. В реализацията на проявата няма участие на чуждестранни артисти. Сред посетителите са присъствали следните целеви групи - деца, ученици, възрастни хора, професионална гилдия и студенти. Проявата е имала наличен плакат/анонс на английски език. Мястото на събитието е достъпно за хора с увреждания. По време на представлението е имало провокация към публиката. Конкретният брой на аудиторията е бил 50 души, като пространството е било запълнено. Събитието е подходящо за всякакви възрасти и социални групи. Достъпът до проявата е платен.

Реализираните анкети с посетители са 10.

Оценки на публиките за проявата

Посетителите са високо удовлетворени от постановката - средна оценка на удовлетвореност 9,6 по десетобалната скала от 1 до 10.

Традиционните посетители на събитието са преобладаващи – 8, спрямо респондентите, които го посещават за първи път - 20. Локацията и времето на провеждане на проявата са оценени като подходящи от всички респонденти.

Цената на билета за посещение е определена като достъпна – 8,6 по десетобална скала от 1 до 10.

Анкетираните посетители са се информирали за събитието от неформални канали – социални мрежи и приятели/познати. Застъпени са реклама в сайта на организаторите, телевизорна реклама в метрото и покана от участника в спектакъла.

Аудиторията обхваната в анкетата е преобладаващо женска - 8, най-вече млади 18-30 години, които съставляват 1/2 от извадката и представители в групите 31-40 и 41-50 годишните. Мнозинството са висшисти. Равни са дяловете на живеещите в център-периферия.

30. КОНКУРС ЗА НОВА БЪЛГАРСКА ПИЕСА



Конкурсът за нова българска пиеса на Нов български университет за първи път присъства в Календара на културните събития на Столична община, като получава подкрепа за избраната за победител пиеса в него. Конкурсът се провежда ежегодно, по зададена от излъченото академично жури тема, като тази година тя е под обединението на „Тайните“. През 2019 г. за победител е обявен Лило Петров със своето произведение „Добролюб“, чиято премиера в МГТ „Зад канала“ е мониторирана от екипа на Алфа Рисърч.



Проявата в обективни показатели

Събитието се е състояло на 26 ноември в 19 часа в МГТ „Зад канала“ – в клуб-фоайе „При жабите“. Сред участниците не е имало чуждестранни артисти. В публиката са присъствали възрастни хора, професионална гилдия и студенти. Проявата не е била адаптирана за чуждестранна публика. Локацията не е имала съоръжения за хора с физически увреждания. Аудиторията е била до 50 души, като капацитетът на пространството е бил запълнен. Проявата е била със смесен характер. Достъпът до проявата е бил свободен.

Реализираните анкети с посетители са 8.



Оценки на публиките за проявата

Максимална е оценката за удовлетвореност на анкетираните посетители - 10 от 10 по десетобалната скала.

Всички анкетирани посещават проявата за първи път, като са определили локацията и времето на провеждане на събитието за напълно подходящи.

1/2 от обхванатата публика се е информирала за събитието от приятелски кръгове. Застъпени са реклама по телевизията/радиото, социални мрежи, билборд и други източници.

Профилът на участниците в анкетата е предимно от мъже – 6, спрямо жените - 2. Във възрастово отношение се наблюдава натрупване при представителите на младите

поколения 31-40 годишни. Всички са висшисти. Почти всички респонденти живеят в центъра на София – 7 от 8 души.



Медийни отзиви за проявата

Обработените и анализирани за събитието медийни отзиви са 44 от налични 53. Към прес клипинга са предоставени още 34 публикации, които обаче реферират към конкурса в минали негови издания. Сред обработените медийни отзиви доминират тези в интернет сайтове (27 бр.), налични са и по 9 отразявания в телевизии, 6 в радиа и 2 материала в печатни издания – ежедневни вестници. Преобладават масовите издания (38 от 44 публикации), като малко над половината предхождат началото на събитието (24 от 44 материала). Информационните материали са малко над половината, като значителна част са интервюта с участник/организатор (18 от 44 отзива). Тонът на заглавията е почти изцяло неутрален, а в съдържателно отношение над 2/3 от отзивите имат положително звучене. Столична община като партньор на конкурса се споменава в малко над 1/3 от случаите. Всички публикации са на български език.

31. КИНОМАНИЯ



Фестивалът в обективни показатели

Тазгодишното издание на „Киномания“ се проведе между 14 -30 ноември 2019 г. на 7 локации -НДК - Зала 1, кино „Люмиер Лидл“, кино „Одеон“, „Дом на киното“, „Еуро Сипета“,Френски институт и кино „G-8“. В програмата са заложени 56 премиери и утвърдени филмови заглавия и 4 детски филма. За втора поредна година се проведе и специалното издание – Детска киномания.

В рамките на мониторинга са обхванати 11 филмови прожекции и конкурс на „Детска киномания“, състояли се на 4 локации, а именно: кино „Люмиер Лидл“ (4 прояви), Дом

на киното (4 прояви), НДК-Зала 1 (2 прояви), кино „Одеон“ (2 прояви). Всички локации са в центъра на София.

Проявите нямат изразено международно участие – 2 от 9. По отношение на специфичните целеви групи анкетъорските екипи са регистрирали - чужденци (1 случай), деца (в 3 случая), ученици (7 случая), хора с увреждания (8 случая), а най-често са присъствали възрастни хора – в 12 от 12 случая, професионална гилдия (в 10 случая) и студени – в 9 от 12 случая.

Посетените събития са били адаптирани за чуждестранна публика поне по един от следните начини: наличие на плакат/анонс на английски език (6 прояви), наличие на симултанен превод (1 проява), наличие на субтитри (7 прояви), а 5 от проявите не са били адаптирани за чуждоезична публика.

Съоръжения за хора с физически увреждания е имало на 5 от проявите, а една от тях е била адаптирана за хора с увреден слух. Останалите 7 събития не са били пригодени за хора със специфични нужди.

По-голямата част от кинопрожекциите са били с публика 101-500 души (8 от тях), 51-100 (2 от тях), 1501-2000 (1 проява) и над 2000 души – 1 от 12. Капацитетът на пространствата е бил около 1/3 (в 2 случая), около 1/2 (2 случая), повече от 2/3 – 1 проява, а 7 събития са били със запълнен капацитет на пространството .

Със смесен характер са били 11 от 12 събития, като само едно е било предназначено за детската аудитория. Достъпът до всички прояви е бил платен.

Реализираните анкети с посетители са 201.



Оценки на публиките за фестивала

Анкетиранияте посетители са високо удовлетворени от събитията – средната оценка за цялостна удовлетвореност е 9,01 по десетобална скала от 1 до 10.

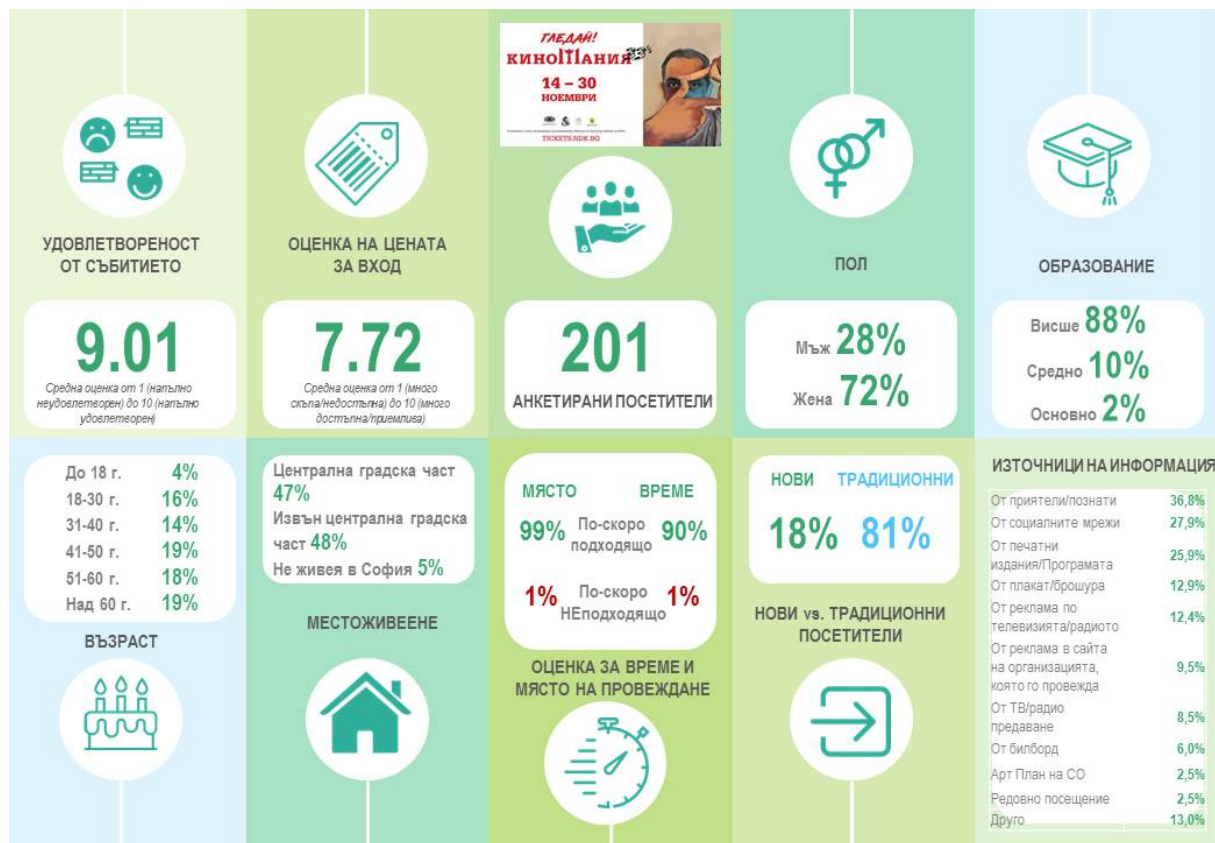
Фестивалът в голяма степен привлича традиционна публика – 81% са присъствали и на предишни издания, докато по-малко от 1/3 са нови посетители (36 души).

И локациите, и времето на провеждане на събитията са определени като подходящи от мнозинството от посетителите. Едва двама смятат, че дадената локация е неподходяща.

Цената на билетите за посещение е определена като достъпна – 7,72 по десетобална скала от 1 до 10.

Респондентите са се информирали от различни източници основно от приятели/познати (37%), социални мрежи (28%) и печатни издания/културни гайдове (Програмата) – 26%. В по-малка степен са застъпени плакат/брошура (13%) и реклама по телевизията/радиото (12%), реклама в сайта на организацията, която го провежда (10%). Най-малко са се информирали от телевизионно/радио предаване, билборд, културния гид на Столична община - Арт План, други източници – Гугъл, покана от организатор/участник, традиционно посещение, Фейсбук, сайт на Дом на киното, случайно, професионален интерес. Посочени са и тв реклама в метрото и сайт на СО.

Като социално-демографски профил посетителите са с доминация на женската публика (72% спрямо 28% в полза на жените). Във възрастово отношение публиката е разнообразна – млади и възрастни, като леко доминират в групите 41-50 (19%), 51-60 (18%) и над 60 годишните (19%). Високообразовани – 85% са висшисти. Равни са дяловете на живеещите в центъра на столицата спрямо живеещите в център-периферия. Извън София живеят едва 6% от обхванатата публика.



Медийни отзиви за фестивала

За фестивала са предоставени над 300 медийни отзиви, от които подходящи за обработка са 255. Сред необработените материали са предимно линкове (в мнозинството от случаите към БТА), които не могат да бъдат открити, или са засегнати теми, в които не се споменава изрично Киномания (Танц филм фест, юбилеят на Мариус Куркински).

Мнозинството от отзивите са поместени в интернет сайтове (88%). Останалата част са съответно в радиа (6%) и телевизионни предавания (6%). В 2/3 от случаите изданията са масови, специализираните портали за изкуство/култура са 36%. Силно доминират публикациите, предшествващи началото на фестивала или конкретни прояви от него (91%), като в 2/3 от случаите това са информативни статии. Аналитичните материали са 1/5 от общия обем на публикациите, а интервютата с участници/организатори са 15%. Тонът на заглавията е предимно неутрален (71%), докато в съдържателно отношение повечето отзиви имат положително внушение (89%). Столична община като финансиращ партньор на събитието се споменава в малко над 1/5 от случаите (22%). Всички публикации са на български език.

1. Анализ на откриване на фестивала с премиера на филма „Засукан свят“

Проявата в обективни показатели

Откриването се е състояло на 14.11.2019 от 19 часа в Зала 1 на НДК. Сред участниците е имало представители от чужбина. В публиката са присъствали – ученици, хора с увреждания, възрастни хора, професионална гилдия и студенти. Проявата е била адаптирана за чужденци по следните начини – плакат/анонс на английски език, симултанен превод, субтитри. Локацията не е имала съоръжения за хора с физически увреждания. Аудиторията е била над 2000 души. Залата е била почти пълна. Проявата е била със смесен характер. Достъпът до събитието е бил платен.

Реализираните анкети с посетители са 49.

Оценки на публиките за проявата

Участниците в анкетата са високо удовлетворени от проявата – средна оценка за степен на удовлетвореност 9,55 по десетобалната скала от 1 до 10.

63% са посещавали и предишни издания, спрямо 35% нова публика. Мястото и времето на провеждане са определени като подходящи от анкетиранияте. Само трима не са могли да преценят.

Цената на билета е определена като достъпна – 8,29 по десетобална скала от 1 до 10

Посетителите са се информирали за събитието от различни източници, основно от приятели/познати (27%), реклама по телевизията/радиото (25%), печати издания/културни гайдове (22%), социални мрежи (22%), телевизионно/радио предаване (20%), билборд (20%). В по-малка степен, но не на последно място са се информирали от плакат/брошура (12%), културен гид на СО – Арт План, реклама в сайта на организацията, която го провежда, сайт на СО, тв реклама в метрото и други източници – Гугъл, традиционно посещение на изданието, случайно и покана от участник.

Профилът на респондентите е предимно от жени - 82%, спрямо 18% мъже. Има представители от всички възрасти предимно на средна възраст до 50 години (25%) и над 60 годишни (31%), като до 18 години са едва 4% от посетителите. Мнозинството са висшисти (78%), спрямо посетителите със средно (20%), само 2% са с основно или пониско образование. Голяма част живеят извън централната част на града – 61%, спрямо 27% от центъра на София. Шест души не живеят в София, като един от тях живее в чужбина.

2. Анализ на филма „Доджо Заека“

Проявата в обективни показатели

Прожекцията се е състояла на 17 ноември от 18 ч. в „Дом на киното“. По данни на анкеторския екип, в публиката са присъствали – деца, ученици, възрастни хора, професионална гилдия и студенти, като е възможно присъствието и на чужденци. Проявата е била адаптирана за чуждестранна публика чрез плакат/анонс на английски език. Локацията не е била достъпна за хора с физически увреждания. Аудиторията е била между 101-500 души. Залата е била запълнена изцяло. Проявата е със смесен характер. Входът за събитието е платен.

Реализираните анкети с посетители са 16.

Оценки на публиките за проявата

Респондентите изразяват висока оценка за събитието – средна оценка 8,5 от 10.

Почти всички респонденти са посещавали и предишни издания на събитието – 14 души, спрямо новите посетители - 2. Локацията и времето на провеждане са определени като подходящи от почти всички анкетираните.

Цената на билета е определена като достъпна – 7,31 по десетобална скала от 1 до 10.

Респондентите са разбрали за събитието най-вече от приятели/познати. На второ и трето място са реклама в сайта на организаторите и социални мрежи. В по-малка степен са се информирали от плакат/брошура, печатни издания/културни гайдове (Програмата), билборд и други източници – Гугъл, традиционно посещение на фестивала.

Равни са дяловете на мъже и жени участвали в анкетата, предимно млади хора между 18-30 години. Почти всички са високообразовани, двама са със средно образование. В центъра на града живеят над 1/2 от анкетираните посетители – 9 лица, спрямо 7 живеещи в периферни райони на града.

3. Анализ на филма „Война за светлина“

Проявата в обективни показатели

Събитието се е провело на 18.11.2019 г. от 18:30 ч. в кино „Люмиер Лидл“. Сред участниците, както и сред публиката не е имало чужденци. Регистрирани са и следните групи посетители – хора с увреждания, възрастни, професионална гилдия и студенти. Локацията е имала съоръжения за хора с физически увреждания. Проявата не е била адаптирана за чуждоезична публика. Аудиторията е била между 101-500 души, като капацитетът на залата е бил запълнен. Проявата е била със смесен характер. Входът за събитието е бил платен.

Реализираните анкети с посетители са 15.

Оценки на публиките за проявата

Анкетираните са удовлетворени от проявата – средна оценка 9,21 от 10 по десетобалната скала.

Всички обхванати в анкетата са присъствали и на предишни издания на фестивала. Локацията и времето на провеждане също са определени от всички, като напълно подходящи.

Цената на билета е определена като по-скоро достъпна – 8,4 по десетобална скала от 1 до 10.

Респондентите са разбрали за събитието най-вече от печатни издания/културни гайдове (Програмата), социални мрежи. В по-малка степен са застъпени реклама по телевизията/радиото, реклама в сайта на организацията, която го провежда, Гугъл,

традиционно посещение, телевизионно/радио предаване, приятели/познати и тв реклама в метрото.

Преобладават жените – 9 от 15 души. Има и млади и възрастни, като най-много преобладават в групите 51-60 и над 60 години, които формират около 1/2 от извадката. Мнозинството са висшисти. Анкетиранията публика е предимно от центъра на София – 10 души, спрямо петима от по-крайни квартали на града.

4. Анализ на филма „Магически нощи“

Проявата в обективни показатели

Филмът се е състоял на 19 ноември от 19 ч. в кино „Люмиер Лидл“. Сред участниците не е имало представители от чужбина. Присъствали са следните специфични групи – хора с увреждания, възрастни хора, студенти, като е възможно и присъствието на чужденци. Проявата не е била адаптирана за чуждестранна публика. Локацията е имала съоръжения за хора с физически увреждания. Аудиторията е била между 51-100. Около 1/3 от капацитета на залата е бил запълнен. Проявата е била от смесен тип. Входът за събитието е бил платен.

Реализираните анкети с посетители са 8.

Оценки на публиките за проявата

Анкетиранияте посетители са изразили висока удовлетвореност от проявата – средна оценка 9,38 от 10.

Всички обхванати в анкетата са присъствали и на предишни издания на фестивала. Локацията и времето на провеждане също са определени като подходящи от почти всички респонденти.

Цената на билета е определена като по-скоро достъпна – 8,75 по десетобална скала от 1 до 10.

На първо и второ място посетителите са се информирали за събитието от печатни издания/културни гайдове (Програмата) и приятели и познати. В голяма степен са застъпени и социални мрежи и реклама в сайта на организацията, която го провежда. Най-малко са се информирали от реклама по телевизията/радиото и традиционно посещение на фестивала.

Сред анкетиранияте силно доминират жените. 1/2 от обхванатата аудитория е на възраст до 40 години, като останалата част от респондентите са основно възрастни. Всички са високообразовани. Пет от участниците в анкетата живеят в центъра, спрямо трима от периферията на столицата.

5. Анализ на филма „Джуди“

Проявата в обективни показатели

Прожекцията се е провела на 20 ноември от 18:30 часа в кино „Люмиер Лидл“. Сред участниците и публиката е имало представители от чужбина. Присъствали са следните специфични групи – ученици, хора с увреждания, възрастни хора, професионална

гилдия и студенти. Проявата е имала плакат/анонс на английски език и субтитри. Локацията е била адаптирана за хора с увреждания и глухонеми. Аудиторията е била между 101-500 души. Повече от 2/3 от капацитета на залата е бил запълнен. Проявата е била от смесен тип. Входът за събитието е бил платен.

Реализираните анкети с посетители са 14.

Оценки на публиките за проявата

Анкетираната аудитория е високо удовлетворена от проявата – средна оценка за степен на удовлетвореност 8,21 по десетобалната скала.

Преобладават посетителите, които са посещавали предишни издания на проявата – 13 от 14. Мястото и времето на провеждане са определени като подходящи от всички посетителите.

Цената на билета е определена като достъпна – оценка 8 по десетобалната скала от 1 до 10.

Посетителите са се информирали за събитието основно от приятелски кръгове. На второ и трето място са застъпени печатни издания/културни гайдове „Програмата“ и социални мрежи. В по-малка степен, но не на последно място са се информирали от реклама по телевизията/радиото, реклама в сайта на организацията, телевизионно/радио предаване и плакат/брошура.

Профилът на анкетираните посетители е доминиращо женски – 10 от 14. Има представители от всички възрасти, като поравно са разпределени дяловете между млади и възрастни. Мнозинството са висшисти. 1/2 от респондентите живеят в идеални части на центъра, а 3 от анкетираните са от периферни райони на града. Само един от респондентите не живее в София.

6. Анализ на документален филм „Арета Франклин – Amazing Grace”

Проявата в обективни показатели

Събитието се е състояло на 22.11.2019г. от 18:30ч. в кино „Одеон“. Сред участниците е имало представители от чужбина. В публиката са присъствали – хора с увреждания, възрастни, професионална гилдия и студенти. Проявата е била адаптирана за чужденци чрез плакат/анонс на английски език и субтитри. Локацията е била достъпна за хора с увреждания. Аудиторията е била между 101-500 души, като капацитетът на залата е бил запълнен. Проявата е била от смесен тип. Входът за събитието е бил платен.

Реализираните анкети с посетители са 7.

Оценки на публиките за проявата

Респондентите са много високо удовлетворени от проявата – със средна оценка 9,71 от 10 по десетобалната скала от 1 до 10.

Всички обхванати в анкетата са присъствали и на предишни издания на фестивала. Локацията и времето на провеждане също са определени като подходящи от всички респонденти.

Цената на билета е определена като средно достъпна – оценка 5 по десетобалната скала от 1 до 10.

Обхванатите участници в анкетата са разбрали за проявата от приятели/познати, плакат/брошура, реклама в сайта на организацията, която го провежда и покана от организаторите.

Респондентите са предимно жени - 4, като има както млади така и възрастни с акцент в групата над 60 годишните. Всички са с висше/полувисше образование. По-голям дял заема публиката живееща извън центъра на столицата – 4 души, спрямо 3 от идеалните централни части на града.

7. Анализ на документален филм „Павароти“

Проявата в обективни показатели

Прожекцията се е състояла на 22 ноември от 18:30ч. в „Дом на киното“. Сред участниците не е имало представители от чужбина. Регистрирани са следните групи посетители – чужденци, хора с увреждания, възрастни, професионална гилдия. Прожекцията е имала субтитри. Локацията не е адаптирана за хора с увреждания. Аудиторията е била между 101-500 души, като капацитетът на залата е бил запълнен. Проявата е била от смесен тип. Входът за събитието е бил платен.

Реализираните анкети с посетители са 10.

Оценки на публиките за проявата

Анкетираните посетители демонстрират много висока удовлетвореност от събитието – средна оценка 9,8 по десетобалната скала.

Почти всички респонденти са посещавали изданието и преди – 9 от 10 души. Локацията и времето на провеждане са приети като подходящи от респондентите.

Цената на билета е определена като достъпна – оценка 7 по десетобалната скала от 1 до 10.

1/2 от анкетираните са се информирали за събитието от печатни издания/културни гайдове, а на второ и трето място от плакат/брошура и приятели и познати. Застъпени са реклама по телевизията/радиото, сайт на СО и социални мрежи.

Анкетираната аудитория е предимно от жени - 9, предимно възрастни до 50 и над 60 годишните. Мнозинството са високообразовани. Анкетираната публика е предимно от централни части на столицата – 6 от 10 души.

8. Анализ на конкурс Детска киномания

Проявата в обективни показатели

Прожекцията се е състояла на 23.11.2019г. от 10:30 ч. в кино „Люмиер Лидл“. Сред участниците и публиката не е имало чужденци. В публиката е имало деца, ученици, възрастни хора, професионална гилдия. Проявата не е адаптирана за чуждоезична публика и хора с увреждания. Аудиторията е била между 101-500, като около 1/3 от капацитета на залата е бил запълнен. Проявата е била от смесен тип. Входът за събитието е бил платен.

Реализираните анкети с посетители са 10.

Оценки на публиките за проявата

Посетителите са високо удовлетворени от събитието – средна оценка 9,5 по десетобалната скала.

2/3 от респондентите посещават проявата за първи път. Локацията и времето на провеждане са определени като от всички анкетиранни.

Цената на билета е определена като достъпна – оценка 8,13 по десетобалната скала от 1 до 10.

Посетителите са научили за събитието от няколко източника - приятели/познати, социални мрежи покана и Facebook.

Обхванатите в анкетата са предимно жени. Представители на младите и средни поколения, като най-много са на средна възраст до 50 години, само един е в групата до 18 години. Мнозинството са висше/полувисше образование, само един е с по-ниско от средното. Над 2/3 са респондентите живеещи извън центъра на града – 7 души, а двама живеят извън София.

9. Анализ на филма „Болка и величие“

Проявата в обективни показатели

Прожекцията се е състояла на 23 ноември от 19ч. в Зала 1 на НДК. Сред участниците не е имало чужденци. В публиката са отчетени следните групи – ученици, възрастни, професионална гилдия, и студенти. Проявата е адаптирана за чуждоезична публика чрез налични субтитри. Локацията не е била адаптирана за хора с увреждания. Публиката е била 1501-2000 души, като залата е била почти пълна. Проявата е била от смесен тип. Входът за събитието е бил платен.

Проведените анкети с посетителите са 34.

Оценки на публиките за проявата

Аудиторията е високо удовлетворена от събитието – средна оценка 8,79 по десетобалната скала.

Почти всички респонденти са посещавали и предишни издания на проявата – 94%. Локацията и времето на провеждане са определени като подходящи от почти всички анкетиранни.

Цената на билета е определена като достъпна – оценка 7,7 по десетобалната скала от 1 до 10.

Посетителите са разбрали за събитието основно от неформални кръгове - социални мрежи (35%) и приятели и познати (35%), както и печатни издания/културни гайдове (29%). Застъпени са плакат/брошура (8%), реклама в сайта на организаторите, реклама по телевизията/радиото, телевизионно/радио предаване, сайт на СО, културен гид на Столична община – Арт План и професионален интерес.

Респондентите са предимно жени – 71%, най-вече на средна възраст (29%) и до 60 годишни (27%), предимно са високообразовани. В центъра на столицата живеят 59% от анкетираната публика.

10. Анализ на филма „Дерсу Узала“

Проявата в обективни показатели

Прожекцията се е състояла на 24 ноември от 15:30 ч. в „Дом на киното“. Сред участниците не е имало международни артисти. В публиката са отчетени следните групи – ученици, възрастни. Събитието е било адаптирано за чуждоезична публика, чрез плакат/анонс на английски език и субтитри. Локацията не е била достъпна за хора с увреждания. Публиката е била между 101-500 души, като около 1/2 от капацитета на залата е бил запълнен. Проявата е била със смесен характер. Входът за събитието е бил платен.

Проведените анкети с посетителите са 13.

Оценки на публиките за проявата

Аудиторията е удовлетворена от прожекцията – средна оценка 7,46 по десетобалната скала.

Преобладава традиционната публика - 5, спрямо посещаващите го за първи път - 5. Локацията и времето на провеждане са определени като подходящи от анкетираните.

Цената на билета е определена като достъпна – оценка 7,46 по десетобалната скала от 1 до 10.

Посетителите са разбрали за проявата основно от неформални кръгове социални мрежи и приятели/познати и телевизионно/радио предаване. Застъпени са печатни издания/културни гайдове, реклама в сайта на организацията, която го провежда, плакат/брошура и сайт на Дом на киното.

Анкетираните са предимно жени, млади хора в групите до 18 и 18-30 г. и на средна възраст до 50 години. Предимно с висше образование, като трима са със средно, а един с основно образование. Живеещите в центъра на столицата са 8 души, спрямо 5 от периферни райони на града.

11. Анализ на филма „Бъч Касиди и Сънданс Кид“

Проявата в обективни показатели

Прожекцията се е състояла на 27 ноември от 18:30 ч. в кино „Одеон“. Сред участниците и публиката не е имало чужденци. В публиката са отчетени деца, ученици, хора с увреждания, възрастни, професионална гилдия и студенти. Събитието е било адаптирано за чужденци чрез плакат/анонс на английски език и субтитри. Локацията е била достъпна за хора с увреждания. Публиката е била между 51-100 души, като конкретният брой на публиката е 70. Около 1/2 от капацитета на залата е бил запълнен. Проявата е била със смесен характер. Входът за събитието е бил платен.

Проведените анкети с посетителите са 11.

Оценки на публиките за проявата

Аудиторията е удовлетворена от прожекцията – средна оценка 8,82 по десетобалната скала.

Всички обхванати в анкетата са присъствали и на предишни издания на фестивала. Локацията и времето на провеждане също са определени като подходящи от почти всички респонденти.

Цената на билета е определена като достъпна – оценка 8 по десетобалната скала от 1 до 10.

Посетителите са разбрали за проявата основно от кръгове приятели/познати. В по-малка степен, но не на последно място са се информирали от печатни издания/културни гайдове, плакат/брошура, реклама по телевизията/радиото, социални мрежи, културен гид на СО – Арт План, традиционно посещение.

Анкетиранията са предимно жени, от всякакви възрасти с акцент върху по възрастните до 60 години и в по-малка степен между 18-30 годишните. Предимно с висше образование, като двама са със основно образование. Живеещите в центъра на столицата са 7 души, спрямо 4 от периферни райони на София.

12. Анализ на френският филм „Най-хубавите години от един живот“

Проявата в обективни показатели

Прожекцията се е състояла на 28 ноември от 18:30 ч. в „Дом на киното“. Сред участниците не е имало чужденци. В публиката са отчетени следните групи – хора с увреждания, възрастни, студенти. Събитието е било адаптирано за чуждоезична публика, чрез плакат/анонс на английски език и субтитри. Локацията не е била достъпна за хора с увреждания. Публиката е била между 101-500 души, като залата е била пълнена. Проявата е със смесен характер. Входът за събитието е бил платен.

Проведените анкети с посетителите са 14.

Оценки на публиките за проявата

Аудиторията е удовлетворена от прожекцията – средна оценка 8,57 по десетобалната скала.

Преобладава традиционната публика - 12, спрямо посещаващите го за първи път - 2. Локацията и времето на провеждане са определени като подходящи от повечето

респонденти. Само един от тях не одобрява локацията и времето на провеждане на събитието.

Цената на билета е определена със средна към висока оценка – 6,14 по десетобалната скала от 1 до 10.

Посетителите са разбрали за проявата основно от социални мрежи. В голяма степен са застъпени печатни издания/културни гайдове, реклама по телевизията/радиото, плакат/брошура, реклама в сайта на организацията, която го провежда и приятели/познати и телевизионно/радио предаване, билборд, приятели/познати и традиционно посещение.

Анкетираните са основно жени – 13 души. Във възрастово отношение се наблюдават възрастни над 60 години и хора до 40 и 50 години. Всички са висшисти. Близо 2/3 от анкетираните живеят в центъра на София – 9 души, спрямо 4 от периферни райони. Само един респондент не живее в София.

32. МЕЖДУНАРОДНО ТРИЕНАЛЕ НА СЦЕНИЧНИЯ ПЛАКАТ



Деветото издание на международното триенале на сценичния плакат е традиционна част от Календара на културните събития. Организатори на триеналето са Сдружение Международно триенале на сценичния плакат – София, а подкрепата от Столична община е в размер на 10 000 лв. В триеналето са участвали професионалисти от различни държави, включително Беларус, Гърция, Северна Македония, САЩ, Словакия, Украйна, Русия, Румъния, Полша, Мексико и др. В мониторинга е обхванато откриването на фестивалната изложба и обявяването на наградените артисти.



Проявата в обективни показатели

Откриването се е състояло на 5 ноември в 18 часа в Мраморно фоайе на НДК. По данни на анкеторския екип присъствал на събитието, сред посетителите, както и сред публиката е имало чужденци. Регистрираните специфични групи в публиката са деца, ученици, хора с увреждания, възрастни хора, професионална гилдия и студенти. Проявата е била адаптирана за чужденци по един от следните начини – наличие на плакат/анонс на английски език и симултанен превод. Локацията не е била адаптирана за хора с физически увреждания. Публиката е била между 101-500 души, като

капацитетът на пространството е бил почти запълнен. Проявата е със смесен характер. Входът за събитието е бил свободен.

Реализираните анкети с посетители са 15.



Оценки на публиките за проявата

Средната оценка за цялостна удовлетвореност на анкетиранияте посетители е 9,71 по десетобална скала от 1 до 10.

По-голямата част от респондентите са посещавали и предишни издания – 8 души, спрямо 7 посещавачи го за първи път.

И локацията, и времето на провеждане на събитието са счетени за подходящи от всички участници.

Анкетиранията аудитория се е информирала основно от приятели/познати, социални мрежи и НХА. В по-малка степен са застъпени телевизионно/радио предаване, колеги, покана от организатор.

Равни са дяловете между обхванатите в анкетата мъже и жени. Възрастовият профил на респондентите е от млади (18-30г.) и възрастни (41-50 и до 50 годишни). 1/2 от анкетиранията публика живее в центъра на столицата, спрямо шест души, които са от периферни квартали на града. Един от респондентите не живее в София.



Медийни отзиви за фестивала

За фестивала са предоставени 42 медийни отзива, от които 31 са подходящи за обработка и анализ. Материалите са поместени предимно в интернет сайтове (26 случая). По една публикация е налична в радио и социална мрежа, три са телевизионните отразявания. Преобладават масовите издания (24 от публикациите), 7 са отзивите в специализирани портали/издания за изкуство/култура. Всички публикации с изключение на една предхождат началото на събитието, като имат предимно информативен характер. В 4 от случаите са налични интервюта с организатор/участник и само 1 материал има аналитичен/критичен характер. Като заглавия всички публикации звучат неутрално, докато в съдържателно отношение преобладава положителният тон (22 от 31 случая). Столична община като партньор на събитието се споменава в едва 3 от материалите. Всички отзиви са на български език.

33. МИШ МАШ ФЕСТ



Фестивалът в обективни показатели

Миш маш фест за първи път е част от календара на културните събития на Столична община, като е подкрепен логистично. Фестивалът, организиран от „Момичетата от града“ ООД, се провежда в няколко периода от годината, като в мониторинга са обхванати изложението на открито в градинката зад Националната библиотека през м. юни и коледното изложение под купола на „Ларгото“. В лятното издание са включени разнообразни български творци и дизайнери, като е организирана и културна програма – работилници, литературни беседи, ателиета, стендъп и музикални изпълнения. В коледното изложение участие са взели над 65 изложители, предлагачи ръчно изработени коледни украси, бижута, аксесоари и др.

В рамките на фестивала са мониторирани както лятното, така и зимното изложения. В проявата са участвали изцяло български изложители/артисти, докато сред посетителите са присъствали и чуждестранни гости. Изложенията са привлекли разнообразни социални групи – както деца и ученици, така и хора с увреждания, възрастни хора, студенти. И двете части (лятната и зимната) на изложението са били адаптирани за чуждестранни посетители, като са били осигурени плакати/анонс на английски език. Местата на провеждане са били достъпни и за хора с физически увреждания.

При три от посещенията на екипите посетителите са били в диапазона 101-500 души, в един от случаите са били приблизително 1000, като пространството е било почти изцяло запълнено с хора. Проявите имат смесен характер (не са насочени към специфични целеви групи, с изключение на кътовете за деца) и със свободен достъп.

Реализираните анкети с посетители са общо 59.



Оценки на публиките за фестивала

Посетителите на изложенията са много високо удовлетворени от тях в цялостен план – средната оценка по десетобалната скала за фестивала е 9,05. Макар половината

анкетирани да са традиционни посетители (присъствали и на предишни издания на фестивала), почти толкова (48%) са новопривлечените публики. Фестивалът получава почти изцяло положителни отзиви както по отношение на локацията, така и на времето, в което се провежда – и двата компонента са определени като подходящи.

Три са основните източници на информация за провеждането на Миш маш фест: на първо място, неформалните кръгове от приятели и познати (48%), на второ – социалните мрежи (26%), и на трето, макар значително по-слабо разпространен – печатни издания/гайдове за културните събития в града тип „Програмата“ (11%). Останалите източници на информация са силно дисперсирани, като са ползвани от под 10% от посетителите. Нито един респондент не се позовава на сайта на СО или Арт план като информационен източник за конкретното събитие.

Като профил посетителите са предимно млади (18-30 г. -31%) или на средна възраст (31-40 г. – 24%), с превес на жените (59%), и на висшистите (69%). Същевременно, за разлика от други събития, където групата на висшистите изключително силно доминира, тук се наблюдават повече посетители със средно образование (29%). Също така живеещите извън центъра на града са повече от живущите в централните части (53%:43%), а 5% не са от София.



Медийни отзиви за фестивала

От общия обем на медийни материали, предоставени за фестивала, обработени и анализирани са 35 от 66. Останалата част са само снимков материал от проявите, който не може да бъде обработен според критериите за медиен прес клипинг в методологията на мониторинга. Сред публикациите преобладават тези в интернет сайтове (28 от 35 случая), налични са и 5 отзива в социални мрежи и 2 в телевизионни предавания. Масовите издания доминират - 2/3 от случаите, като почти всички отразявания предхождат началото на фестивала (34 от 35 публикации). Информационните материали също преобладават (27 от 35), налични са и 5 отразявания под формата на интервю с участник/организатор. Тонът на заглавията на публикациите е положителен в малко над половината случаи, докато в съдържателно отношение ярко се открояват положителните отзиви (30 от 35). Столична община се споменава като партньор на събитието в малко над половината случаи (18 спрямо 17, в които не се упоменава). Езикът на публикациите, с изключение на една, е български.

1. Анализ на откриване на фестивала - базар

Проявата в обективни показатели

Откриването се е състояло на 8 юни от 10 часа на открито зад Националната библиотека. Сред участниците не е имало международно участие. Отчетени са посетители от чужбина, деца, ученици, хора с увреждания, възрастни хора и студенти. Проявата е имала наличие на плакат/анонс на английски език. Локацията е била адаптирана за хора с физически увреждания. Проявата няма елементи на взаимодействие с публиката. Посетителите са били между 101-500 души. Проявата е подходяща за всички социални групи, а достъпът до нея е бил свободен.

Реализираните анкети с посетители са 15.

Оценки на публиките за проявата

Респондентите демонстрират висока удовлетвореност от събитието – 9,2 по десетобалната скала от 1 до 10.

2/3 от респондентите посещават проявата за първи път – 10 души. Локацията и времето на провеждане на проявата са определени като подходящи от почти всички респонденти.

Анкетираните са се информирали основно от неформални източници: приятели/познати и социални мрежи. Второстепенно застъпени са реклама в сайта на организацията, която го провежда, печатни издания/културни гайдове, плакат/брошура и местожителство в района на събитието. Най-малко споменати са билборд, случайно посещение и покана от изложител на базара.

Наблюдава се превес на жените - 10, спрямо мъжете – 5. Регистрирани са представители от всички възрастови групи на първо място - млади до 30 годишни (5 души), трима са на средна възраст и трима възрастни над 60 години. Мнозинството са висшисти, като четирима са със средно образование. Извън центъра на града живеят 9 от 15 анкетираните. Само един не живее в София.

2. Анализ на втори ден от базара

Проявата в обективни показатели

Събитието се е състояло на 9 юни между 10 часа на открито зад Националната библиотека. Сред участниците не е имало международно присъствие. Отчетени са посетители от чужбина, деца, ученици, хора с увреждания, възрастни хора и студенти. Проявата е имала наличие на плакат/анонс на английски език. Локацията е била адаптирана за хора с физически увреждания. Взаимодействието с публиката се е характеризирало с атрактивни промоции към посетителите. Аудиторията е била между 101-500 души. Проявата е подходяща за всички социални групи. Събитието е било със свободен достъп.

Реализираните анкети с посетители са 15.

Оценки на публиките за проявата

Респондентите изразяват висока удовлетвореност от събитието – 8,7 по десетобалната скала от 1 до 10.

Най-много са хората, които посещават събитието за първи път – 10 от 15 души. Локацията и времето на провеждане на проявата са определени еднородно като подходящи.

Аудиторията се е информирала за събитието основно: приятели/познати (10 души). Застъпени са от телевизионно/радио предаване, социалните мрежи и реклама по телевизията/радиото. Най-малко, но не на последно място са използвани печатни издания/културни гайдове (Програмата) и други източници – случайно, живеещи в района.

Профилът на анкетираните е предимно от жени – 9 то 15 души. Анкетираните посетители са млади и представители на средните поколения (31-40 и 41-50 годишни), както и посетителите до 60 години. Поравно са разпределени висшистите, спрямо хората със средно образование. 9 от 15 души живеят извън центъра на града.

3. Анализ на откриване на фестивала – коледен базар

Проявата в обективни показатели

Откриването на Коледното издание на фестивала се е състояло на 7 декември от 10 часа под купола на Ларгото. Сред участниците не имало международно участие. Отчетени са посетители от чужбина, деца, ученици, хора с увреждания, възрастни хора и студенти. Проявата е имала наличие на плакат/анонс на английски език. Локацията е била достъпна за хора с физически увреждания. Проявата няма елементи на взаимодействие с публиката. Посетителите са били между 101-500 души. Събитието е подходящо за всички социални групи. Проявата е била със свободен достъп.

Реализираните анкети с посетители са 11.

Оценки на публиките за проявата

Респондентите демонстрират висока удовлетвореност от събитието – 8,64 по десетобалната скала от 1 до 10.

Над 1/2 от респондентите посещават проявата за първи път – 7 души. Локацията и времето на провеждане на събитието са определени като подходящи от почти всички респонденти.

Анкетираните са се информирали основно от неформални източници: социални мрежи и приятели/познати. Второстепенно застъпени са печатни издания/културни гайдове (Програмата) и случайно посещение.

Наблюдава се превес на жените - 8, спрямо мъжете – 3. Регистрирани са представители от всички възрастови групи на първо място - между 31-40 години (4 души), на средна възраст (41-50 години) – трима души и млади до 30 години – двама души. Мнозинството са висшисти. В центъра живеят 7 от 11 души.

4. Анализ на втори ден от базара

Проявата в обективни показатели

Събитието се е състояло на 8 декември между 10-19 часа на закрито под купола на Ларгото. Сред участниците не е имало международно присъствие. Отчетени са посетители от чужбина, деца, ученици, хора с увреждания, възрастни хора и студенти. Проявата е имала наличие на плакат/анонс на английски език. Локацията е била достъпна за хора с физически увреждания. Няма елементи на взаимодействие с публиката. Аудиторията е била между 501-1000 души, като пространството е било почти пълно. Проявата е подходяща за всички социални групи. Събитието е било със свободен достъп.

Реализираните анкети с посетители са 18.

Оценки на публиките за проявата

Респондентите са максимално удовлетворени от събитието – 10 по десетобалната скала от 1 до 10.

Най-много са хората, които са посещавали и предишни издания на фестивала – 16 от 18 души. Локацията и времето на провеждане на проявата са определени единодушно като подходящи.

Над ½ от аудиторията се е информирала за събитието основно от приятели/познати (10 души). Застъпени са реклама по телевизията/радиото, реклама в сайта на организацията, която го провежда, социални мрежи и билборд.

Равни са дяловете на анкетираните мъже и жени. Посетителите са млади и представители на средните поколения (31-40 и 41-50 годишни). Поравно са разпределени висшистите, спрямо среднообразованите. 1/2 от анкетираните живеят извън центъра на столицата, а двама живеят извън София.

34. СОФИЙСКИ МЕЖДУНАРОДЕН ЛИТЕРАТУРЕН ФЕСТИВАЛ



Фестивалът в обективни показатели

Седмото издание на Софийския международен литературен фестивал, организиран от Асоциация „Българска книга“, е проведено по традиция в рамките на Международния панаир на книгата в периода 9-15 декември. Темата на фестивала тази година е френскоезичната литература „Революция на 5 континента“. И тази година в програмата са включени разнообразни събития, които на практика текат целодневно в Мраморно фоайе на НДК. Поканени са разнообразни участници от България и чужбина, в т.ч. Белгия, Гърция, Виетнам, Румъния, Испания, Косово, Унгария, Мароко, Алжир, Франция, Канада и др. Столична община подкрепя фестивала по линия на ККССО с финансиране в размер на 22 000 лв. В рамките на мониторинга са обхванати 7 събития.

Всички посетени в рамките на мониторинга прояви са проведени в мраморното фоайе на НДК, с изключение на едно, което се е състояло в литературен клуб Перото. Като

жанр събитията имат лекционно-дискусионен характер. В пет от седемте събития участието е международно, а в 4 от случаите има и чуждестранни посетители. Освен това, на две от събитията е регистрирано и присъствието на деца, на едно- на ученици, а във всички случаи сред публиката са присъствали възрастни хора, както и професионална гилдия и студенти. На мониторираните прояви не са присъствали хора с увреждания. За всички прояви е бил осигурен плакат/анонс на английски език, в пет от случаите е имало симултанен превод за чуждестранните участници, на три от събитията участниците/съдържанието също са представени на английски език. Проявите не са били адаптирани за специфични социални групи като хора със зрителни/слухови увреждания и др. Четири от тях имат интерактивен елемент на взаимодействие с публиката под формата на дискусия.

Във всички случаи посетителите не са надвишавали 50 души, като капацитетът на пространството е бил запълнен или на около 1/3 (две от проявите), или наполовина (5 от тях). Всички прояви са със смесен характер, а достъпът до тях е бил свободен.



Оценки на публиките за фестивала

Анкетираните посетители демонстрират висока цялостна удовлетвореност от проявите – средна оценка 8,2 по десетобална скала от 1 до 10. Локацията на събитията единодушно е определена като подходяща, а под 10% определят времето на провеждане като неподходящо. Основните информационни източници за проявите от фестивала са четири: на първо място – социалните мрежи (почти половината анкетираните посочват този източник), приятели/познати (1/3), реклама в сайта на организаторите и печатни издания като „Програмата“ (около 1/5 от анкетираните).

Като социално-демографски профил доминират жените (2/3 от респондентите), концентрирани във възрастовите групи до 50 години, високо образование (86% висшисти). Събитията привличат значителна част от публиката си от райони извън центъра на София (над половината анкетираните заявяват, че живеят извън центъра на града).



Медийни отзиви за фестивала

За фестивала са предоставени 114 медийни материала, от които подходящи за обработка и анализ са 70. В 20 от статиите липсва информация за фестивала, а темата е за наградата „Златен лъв“. Извън обхвата на мониторинга остават и статии, които отразяват само Международния панаир на книгата, но не споменават аз фестивала. Освен това, в рамките на предоставените материали присъстват банери и снимков материал, които също не могат да бъдат обработени според критериите, заложили в методологията на медия мониторинга.

Сред обработените медийни отзиви над половината (57%) са поместени в интернет сайтове и портали. Активно е и присъствието на публикации в социалните мрежи (27%). На трето място с 10% от общия обем присъстват телевизиите, а в радиата са публикувани 4% от отзивите. Налична е и една публикация в печатна медия – месечно списание. Преобладават масовите издания (77%), като всички материали предхождат

началото на събитието и имат предимно информативен характер (93%). Интервютата с участници/организатор са 6%, а едва 1% са аналитичните статии. Тонът на публикуваните заглавия е преобладаващо неутрален (76%), докато съдържанията звучат основно положително (67%). Столична община като партньор на събитието се споменава в малко под половината от отразяванията (47%). Всички публикации са на български език.

1. Анализ на лекция: *Деветото изкуство говори френски*

Проявата в обективни показатели

Дискусията се е състояла на 11.12.2019 между 17-18 часа в Мраморно фоайе на НДК. По данни на анкеторския екип присъствал на събитието, сред участниците е имало чужденци. Сред публиката е имало чуждестранни посетители, ученици, възрастни хора, професионална гилдия и студенти. Проявата е била адаптирана за чуждестранна аудитория чрез плакат/анонс на английски език, както и чрез симултанен превод. Аудиторията е била до 50 души, а конкретният брой на публиката е бил 30 души. Около 1/2 от капацитета на пространството е бил запълнен. Проявата е подходяща за всякакви възрасти. Входът за събитието е бил свободен.

Реализираните анкети с посетители са 5.

Оценки на публиките за проявата

Средната оценка за цялостна удовлетвореност на анкетиранияте посетители е 8 по десетобална скала от 1 до 10.

Традиционната публика на изданието е преобладаваща - 3, спрямо новите посетители - 1. Локацията и времето на провеждане на събитието са определени като подходящи от почти всички респонденти. Само един определя времето на провеждане като неподходящо.

Анкетиранията аудитория се е информирала основно от 2 източника: реклама в сайта на организацията, която го провежда, и социални мрежи. Застъпени са реклама по телевизията/радиото, печатни издания/културни гайдове, плакат/брошура, приятели/познати и традиционно посещение на фестивала.

Преобладават жените - 3, спрямо мъжете - двама. Респондентите са предимно на средна възраст между 41-50 годишни и млади до 30 и 40 годишна възраст. Всички са високообразовани. Живеещите в центъра на столицата са трима, живеещите в периферни райони на града – двама.

2. Анализ на разговор с *Ким Тхуи (Виетнам)* – част от *Международната програма*

Проявата в обективни показатели

Проявата се е състояла на 11.12.2019 г. между 18 -19 часа в Мраморно фоайе на НДК. По данни на анкеторския екип, присъствал на събитието, сред участниците е имало гости от чужбина. Сред публиката също е имало чуждестранни посетители, както и деца, възрастни хора, професионална гилдия и студенти. Проявата е адаптирана за чуждестранна публика по един от следните начини: наличие на плакат/анонс на

английски език, симултанен превод и представяне на изпълнителите, програмата и съдържанието на английски език. Локацията не е била адаптирана за хора с физически увреждания. По време на събитието е имало взаимодействие с публиката под формата на дискусия. Аудиторията е била до 50 души, като конкретният брой на публиката е бил 25 души. Около 1/2 от пространството е бил запълнен. Проявата е била със смесен характер. Входът за събитието е бил свободен.

Реализираните анкети с посетители са 5.

Оценки на публиките за проявата

Аудиторията е много удовлетворена от проявата – средна оценка 8,4 по десетобална скала от 1 до 10.

Еднакъв е броят на респондентите, посещаващи изданието за първи път, спрямо традиционната публика. И локацията, и времето на провеждане на събитието са определени като подходящи от всички.

Анкетираният се е информирал на първо място от покана от организатора на събитието. Споменати са печатни издания/културни гайдове (Програмата), реклама в сайта на организацията, която го провежда, телевизионно/радио предаване, социални мрежи, плакат/брошура, приятели и познати.

Профилът на анкетираният е предимно от жени – 3 от 5, поравно представени млади и възрастни хора, от които преобладават висшистите. Равен дял имат посетителите живеещи в центъра и тези, които идват за събитието от периферни райони на града. Само един участник в анкетата живее в чужбина.

3. Анализ на представяне на Списание за танц

Проявата в обективни показатели

Дискусията се е състояла на 12 декември между 15-16 часа в Мраморно фоайе на НДК. Сред участниците не имало гости от чужбина. Публиката се е състояла от деца, възрастни хора, професионална гилдия и студенти. Събитието е имало плакат/ анонс на английски език. Локацията не е била подходяща за хора с физически увреждания. Аудиторията е до 50 души, като конкретният брой на публиката е бил 20 души. Около 1/3 от капацитета на пространството е бил запълнен. Проявата е със смесен характер. Входът за събитието е бил свободен.

Реализираните анкети с посетители са 5.

Оценки на публиките за проявата

Анкетираният аудиторията е много удовлетворена от проявата – средна оценка 8,8 по десетобалната скала.

Всички участници в анкетата посещават проявата за първи път. И локацията, и времето на провеждане на събитието също са определени като подходящи от всички анкетирани.

Използваните информационни канали за събитието са 3 основни – печатни издания/културни гайдове, социални мрежи и приятели/познати. Застъпени са и реклама в сайта на организацията, която го провежда, Фейсбук и случайно посещение.

Всички анкетираните са жени, основно млади между 18-30 години, над 60 години е един от респондентите (1 от 5). Със средно образование са 3 от 5 души. Живеещите в центъра са трима. Само един анкетиран живее извън София.

4. Анализ на дискусия „Нови гласове в прозата“

Проявата в обективни показатели

Дискусията се е състояла на 12 декември между 17-18 часа в Мраморно фоайе на НДК. Сред участниците не е имало представители от чужбина. Сред публиката са присъствали - деца, възрастни хора, професионална гилдия и студенти. Проявата е имала плакат/ анонс на английски език. По време на събитието не е имало елементи на взаимодействие с публиката. Аудиторията е била до 50 души, като конкретният брой на публиката е бил 20 души. Около 1/3 от капацитета на пространството е бил запълнен. Проявата е била предназначена за всички възрасти. Входът за събитието е бил свободен.

Реализираните анкети с посетители са 5.

Оценки на публиките за проявата

Анкетираните посетители са много удовлетворени от проявата – средна оценка 8,4 по десетобална скала от 1 до 10.

Обхванатата публика е предимно от нови посетители. И локацията, и времето на провеждане на събитието са определени еднородно като подходящи от всички участници в анкетата.

Респондентите са се информирали за събитието в голяма степен от приятели и познати. Застъпени са реклама по телевизията/радиото, плакат/брошура и други източници.

Сред анкетираните преобладават мъжете – 3 от 5. Предимно млади до 30 години с представители на възрастните между 51-60 години. Мнозинството са висшисти. 4 от 5 души са дошли за събитието от периферни райони на София.

5. Анализ на разговор с Жан Портанте (Люксембург)

Проявата в обективни показатели

Събитието се е състояло на 13.12.2019 между 18-19 часа в Мраморно фоайе на НДК. По данни на анкетаторския екип на събитието е имало чуждестранни гости. Сред публиката е имало чуждестранни посетители, възрастни хора, професионална гилдия и студенти. Проявата е била адаптирана за чуждестранна публика чрез плакат/анонс на английски език, симултанен превод и представяне на изпълнителите, програмата и съдържанието. Локацията не е достъпна за хора с физически увреждания. Аудиторията е била до 50 души, като около 1/2 от капацитета на пространството е бил

запълнен. Проявата е подходяща за всякакви възрасти. Входът за събитието е бил свободен.

Реализираните анкети с посетители са 5.

Оценки на публиките за проявата

Средната оценка за цялостна удовлетвореност на анкетираниите посетители е 7,4 по десетобална скала от 1 до 10.

Всички анкетирани са присъствали и на предишни издания. Локацията и времето на провеждане на събитието са определени като подходящи от почти всички респонденти.

Анкетираната аудитория се е информирала основно от социални мрежи, като са застъпени и реклама в сайта на организацията, която го провежда и сайт на Столична община.

Почти всички са жени – 4 от 5, млади до 40 г. и на средна възраст между 41-50 годишни. Всички са с висше образование. По-голямата част от респондентите живеят извън центъра на града – 3 от 5 души.

6. Анализ на дискусия „Преходите ни – 30 години след 1989“

Проявата в обективни показатели

Събитието се е състояло на 14.12.2019 г. между 12-13:30 ч. в Мраморно фоайе на НДК. Сред участниците е имало гости от чужбина. В публиката е имало възрастни хора, професионална гилдия и студенти. Проявата е адаптирана за чуждестранна публика по един от следните начини: наличие на плакат/анонс на английски език, симултанен превод и представяне на изпълнителите, програмата и съдържанието на английски език. Локацията не е била адаптирана за хора с физически увреждания. По време на събитието е имало взаимодействие с публиката под формата на дискусия. Аудиторията е била до 50 души, като около 1/2 от пространството е било запълнено. Проявата е била със смесен характер. Входът за събитието е бил свободен.

Реализираните анкети с посетители са 5.

Оценки на публиките за проявата

Аудиторията е много удовлетворена от проявата – средна оценка 8,6 по десетобална скала от 1 до 10.

Преобладават респондентите, посещаващи изданието за поредна година – 3 от 5. Локацията и времето на провеждане на събитието са определени като подходящи почти всички участници, само един определя времето на провеждане като неподходящи.

Респондентите са се информирала на първо място от неформални кръгове – приятели и познати. Застъпени са печатни издания/културни гайдове (Програмата), реклама в сайта на организацията, която го провежда, сайт на СО, социални мрежи, плакат/брошура и покана от организаторите на събитието.

Профилът на анкетираните е предимно от жени, предимно между 31-40 години, с висше образование. Преобладават респондентите живеещи в райони извън центъра на столицата.

7. Анализ на дискусия „Разговори за бъдещето: Трансхуманизацията – вариации и провокации“

Проявата в обективни показатели

Дискусията се е състояла на 14 декември между 16:30-17:30 часа в Мраморно фоайе на НДК. Сред участниците е имало гости от чужбина. Публиката се е състояла от чуждестранни посетители, възрастни хора, професионална гилдия и студенти. Събитието е имало плакат/ анонс на английски език. Локацията не е била подходяща за хора с физически увреждания. Аудиторията е до 50 души. Около 1/2 от капацитета на пространството е бил запълнен. Проявата е със смесен характер. Входът за събитието е бил свободен.

Реализираните анкети с посетители са 5.

Оценки на публиките за проявата

Анкетираната аудиторията е много удовлетворена от проявата – средна оценка 7,8 по десетобалната скала.

По-голямата част от респондентите посещават проявата за поредно нейно издание – 2 от 5, като други двама са се въздържали от коментар. И локацията, и времето на провеждане на събитието също са определени като подходящи от почти всички респонденти, само един не е могъл да прецени дали времето на провеждане на събитието е подходящо.

Използваните информационни канали за събитието са основно социалните мрежи. Застъпени са и реклама в сайта на организацията, която го провежда, приятели/познати и други източници. Сред анкетираните преобладават жените, основно млади между 18-30 години и 31-40 годишни. Всички са високообразовани. В райони извън центъра живеят трима души, спрямо двама от централните части на града.

35. ФОРТИСИМО ФЕСТ



Фестивалът в обективни показатели

Фортисимо Фест, организиран от Фондация ХХ-Триола-Квинтола, също е един от фестивалите, които за първа година попадат в програмата на Културния календар на Столична община. Тази година фестивалът пътува извън София, като през месец септември са осъществени поредица от безплатни концерти във Враца, Разград, Габрово. В рамките на събитието е проведен и коледен концерт в София, който попада в мониторинга на ККССО. Финансирането по линия на Календара е в размер на 15 000 лв. Концертът е проведен на 19.12 2019 г., а достъпът до него е бил платен.

В проявата са взели участие изцяло български изпълнители, докато сред публиката са присъствали и гости от чужбина. По отношение на специфичните социални групи, сред публиката на концерта са регистрирани възрастни хора, студенти, професионалисти, както и хора с увреждания. Проявата е била адаптирана и за чуждестранни посетители чрез наличието на плакат/анонс на английски език. Осигурени са и съоръжения за достъп на хора с физически увреждания. Концертът не е имал интерактивен характер.

Залата е била пълна, като размерът на публиката е в диапазона 1001-1500 души. Реализираните анкети с посетители са 18.



Оценки на публиките за фестивала

Анкетиранияте посетители са изключително удовлетворени от концерта – средната оценка за цялостна удовлетвореност е близка до максималната – 9,89 по десетобална скала. Мнозинството от респондентите са традиционни посетители на фестивала – почти всички заявяват, че са присъствали и на предишни негови издания.

Анкетиранияте определят както времето, така и локацията на провеждане на концерта като подходящи. Цените за достъп до събитието също са определени като по-скоро достъпни – 7,44 по десетобална скала.

Респондентите са се информирали за концерта от четири основни източника – реклама в сайта на организаторите, неформални кръгове от приятели и познати, социалните мрежи, плакат/брошура.

Сред анкетираните преобладават жените, като има представители на различни възрастови групи, но в същото време над 1/3 са над 60 годишни. Участвалите в анкетата са почти изцяло висшисти, като малко над половината от тях живеят извън централните части на града.



Медийни отзиви за фестивала

За фестивала не са предоставени медийни отзиви към момента на изготвяне на доклада.



36. IN THE PALACE INTERNATIONAL FILM FEST



Събитието в обективни показатели

Шестнадесетото издание на фестивала за късометражно кино In the palace international film fest е проведено в периода 19-21 декември 2019 г. в Дом на киното. Тази година на фокус са прожекции на номинирани и наградени с Оскар късометражни филми. Организатори са Фондация Формат СФФ, а подкрепата от СО по линия на Културния календар е в размер на 5 000 лв. В мониторинга са обхванати прожекциите на един от трите фестивални дни.

По отношение на посетената на 21.12 кинопрожекция, анкетаторите са регистрирали чуждестранни артисти сред участниците в събитието, като не са могли да установят дали и сред публиката е имало гости от чужбина. Въпреки това, филмите са били адаптирани за чуждестранна публика, като са били осигурени субтитри на английски език. Сред посетителите на прожекцията са присъствали както възрастни хора, така и студенти и професионална гилдия. Проявата е била адаптирана и за нечуващи хора. По време на събитието не е имало интерактивни елементи на взаимодействие с публиката.

Посетителите в салона са били 100, а капацитетът му е бил запълнен на около 1/3. Достъпът до прожекцията е платен. Реализирани са 11 анкети с посетители.



Оценки на публиките за събитието

Респондентите изразяват по-скоро висока цялостна удовлетвореност от посетеното събитие – средно 8,36 по десетобална скала. Прожекцията е привлякла нови посетители, като над половината от анкетиранияте заявяват, че посещават фестивала за първи път. И времето, и мястото на провеждане на проявата са определени единодушно като достъпни. Цената на билетите също е определена като по-скоро достъпна – 6,91 по десетобална скала.

Основният информационен източник за събитието са неформалните кръгове от приятели и познати. В по-малка степен са застъпени печатни издания като Програмата, реклама в сайта на организаторите, социални мрежи.

Анкетираните са предимно жени, половината са на възраст до 30 години, останалата част са по-възрастни хора между 51-60 г. Всички респонденти са висшисти, като мнозинството живеят в центъра на София.



Медийни отзиви за фестивала

За фестивала не са предоставени медийни отзиви към момента на изготвяне на доклада.

III. АНАЛИЗ НА МЕДИЙНИТЕ ПУБЛИКАЦИИ ЗА СЪБИТИЯТА, ОСТАНАЛИ ИЗВЪН ОБХВАТА НА МОНИТОРИНГА

37. СОФИЙСКИ ТЕАТРАЛЕН САЛОН И НАГРАДИ ИКАР



Тазгодишното издание на Софийски театрален салон е проведено в периода 5 февруари-27 март 2019 г., като традиционно завършва с кулминацията си – връчването на националните награди за сценични изкуства ИКАР на Съюза на артистите в България. Фестивалът е част от раздел „Стратегически събития“ на ККССО, като получава финансова подкрепа по линия на календара в размер на 120 000 лв. Късното начало на мониторинга възпрепятства включването на прояви в него, поради което не са изследвани нагласите на публиките. В доклада се включват обработените и анализирани медийни отзиви, предоставени от организаторите.



Медийни отзиви за фестивала

Общият брой на предоставените медийни материали е 62, от които 60 са обработени. Медиите, в които се намират публикациите, са предимно интернет сайтове/портали (75%). Телевизионните материали са 18%, а едва 7% са публикациите, отразени във вестник/ежедневник.

По – голямата част от статиите са предназначени за масовата аудитория (89%), останалите 11% са отразени в специализирани издания за изкуство, култура.

Преобладават медийните отражения преди началото на събитието (59%), докато отзвукът след неговата реализация е по – слабо застъпен (41%).

Информативните статии доминират (57%), следвани от публикациите, съдържащи анализ, оценка или коментар (31%), а проведените интервюта са 12%.

Тонът на мнозинството от заглавията е неутрален (93%), едва 7% са с положителен такъв, за разлика от тона на самата публикация, който е предимно положителен (98%), а неутралните публикации са само 2%.

По-голямата част от статиите (85%) не отличават Столична община като източник на финансиране на събитието, в останалите 15% тя е отразена като такъв. Медийните публикации по повод „Софийски театрален салон“ и награди „ИКАР “ са изцяло на български език.

38. МЕЖДУНАРОДЕН СОФИЯ ФИЛМ ФЕСТИВАЛ 2019



Двадесет и третото издание на София филм фест, организирано от Арт фест ЕООД, е проведено за поредна година от 7 до 28 март. В рамките на фестивала за шестнадесети път се провежда и вече традиционното издание на международния пазар на филмови проекти София Мийтингс. В програмата на фестивала са включени над 100 както игрални, така и документални продукции, прожектирани на различни локации в София. Финансовата подкрепа от Столична община по линия на ККССО за фестивала е в размер на 214 000 лв., като той е част от раздел „Стратегически събития“ в календара. Поради късния старт на мониторинга, в него не попадат посетени събития от филмовата програма. Ще бъдат анализирани само медийните отзиви за него.



Медийни отзиви за фестивала

За фестивала са предоставени 699 медийни материала, като 614 от тях са били годни за обработка и анализ. Всички обработени материали са в интернет сайтове/портали. Съотношението масови/специализирани издания е в полза, макар не толкова съществена, на масовите медии (58/42%). Почти всички материали са публикувани

преди началото на проявите (98%). Мнозинството от тях имат информативен характер (78%), 19% са интервютата с участници/организатори и едва 4% са материалите с аналитичен характер. Тонът на заглавията звучи неутрално в 51% от случаите, докато в 47% той е положителен. В съдържателно отношение значителен превес взема положителното звучене на медийните отразявания. СО като партньор на събитието се споменава в 13% от материалите. Почти всички публикации са на английски език, присъстват минимален дял (1%) чуждоезични отразявания.

39. ПРОЛЕТЕН БАЗАР НА КНИГАТА



Пролетният базар на книгата, организиран от Асоциация „Българска книга“, тази година е проведен в периода 28.05.-02.06.2019 в НДК. Успоредно с него е проведено и второто издание на Софийския международен литературен фестивал за деца и младежи, с участието на автори, преводачи и художници от България и чужбина, вкл. Италия, Норвегия. Събитието е подкрепено логистично от Столична община по линия на Културния календар, а достъпът до него е изцяло свободен. Поради по-късното начало на мониторинга, не са обхванати конкретни прояви от Пролетния базар на книгата. В рамките на доклада ще бъдат включен анализ на медийните публикации за него.



Медийни отзиви за фестивала

От предоставените 69 медийни материала, 61 са подходящи за обработка и анализ. По-голямата част от тях са в интернет сайтове (84%). Останалата част от отзивите са поместени в социални мрежи (8%), радио (3%), телевизионни предавания (3%) и печатни издания – месечни списания (2%). Над 2/3 от изданията са масови (39%), като почти всички публикации предхождат началото на събитието (97%). Преобладават материалите с информативен характер (87%), 10% са интервюта с организатор/участник, а аналитичните / критични отзиви са 3%. Тонът на заглавията е предимно неутрален (56%), докато в съдържателно отношение значително доминират положително звучащите публикации (80%). Столична община като партньор на събитието се споменава в 1/5 от случаите. Всички медийни отзиви са на български език.

Българският език доминира в публикациите, отразяващи фестивала "Антистатик"- 83%. Има и чуждоезични материали за събитието, като по-голяма част от тях са на английски език-16% от всички публикации. Другите езици са 2% от всички публикувани материали.

41. ФИЛМОВ ФЕСТИВАЛ МАСТЕР ОФ АРТ



Фестивалът за документални филми за изкуство, организиран от „Спотлайт“ ООД и реализиращ се за четвърти пореден път в София, за първа година е част от Календара на културните събития на Столична община. Това е единственият международен фестивал в Източна Европа за подобен тип кино произведения. Фестивалът е реализиран в периода 5-25 април 2019 и включва богата програма от над 70 заглавия в различни категории като Архитектура и дизайн, Изкуство и деца, Кулинарно изкуство, Изобразително изкуство, Литература и др. Прожекциите на филмите са осъществени на разнообразни локации, вкл. НАТФИЗ Кръстьо Сарафов, Кино Люмиер Лидл, Дом на киното, Одеон, НДК, Културен център Г8 и други. Финансовата подкрепа за него, по-конкретно за съпътстващите дейности от събитието, е в размер на 10 000 лв. Поради късното начало на мониторинга, конкретни събития от фестивала не са посетени. В настоящия доклад ще бъдат отразени само обобщения за медийните публикации към него.



Медийни отзиви за фестивала

От предоставения от организаторите прес клипинг (общо 56 публикации), 53 материала са годни за обработка и анализ. Преобладават отразяванията в интернет страници (76%), 13% са отзивите в телевизии, а 11% - в радио предавания. Доминират специализираните издания за изкуство/култура (59%). В 2/3 от случаите публикациите предхождат началото на събитието, в останалата 1/3 това са отразявания след неговата реализация. Голяма част от материалите за фестивала имат аналитичен характер (53%), на второ място по обем са интервютата с участници/организатор (30%), а информативните статии заемат 17% от общия обем на публикациите. Тонът на заглавията е предимно неутрален (72%), а в съдържателно отношение силно доминира положителното звучене на материалите (89%). Няма негативно звучащи

отзиви за фестивала. Столична община като партньор на събитието се споменава в малко под ¼ от случаите (22%). Публикациите са предимно на български език (93%), останалата част са чуждоезични – почти изцяло на английски език.

42. НАЦИОНАЛНАТА КАМПАНИЯ В ПОДКРЕПА НА ЧЕТЕНЕТО „ПОХОДЪТ НА КНИГИТЕ“ 2019



Осмото издание на Походът на книгите – кампания за насърчаване на четенето сред децата, е проведено от 2 до 23 април. В инициативата са се включили известни български спортисти, а част кампанията са инициативи като „Маратон на четенето“, Национален конкурс „Бисерче вълшебно“ и др. Инициативата се организира изцяло с некомерсиална цел от Асоциация „Българска книга“, в партньорство със Столична община и с финансова подкрепа по линия на ККССО в размер на 4 000 лв. Поради късното начало на мониторинга, в настоящия доклад не са включени наблюдения от конкретни прояви. Обработени и анализирани са предоставените от организаторите медийни отзиви за кампанията.



Медийни отзиви за фестивала

Общият брой на предоставените медийни материали е 61, от които 58 са обработени. Медиите, в които е отразено събитието са, предимно интернет сайтове/портали (75%), а еднакъв дял отзиви се срещат по телевизията и във вестниците (12%).

По – голямата част от публикациите са насочени към масовата аудитория (81%), останалите 19% са отразени в специализирани издания за изкуство, култура.

Доминират публикациите преди началото на кампанията (91%), докато отзвукът след нейната реализация е по – слабо отразен (9%).

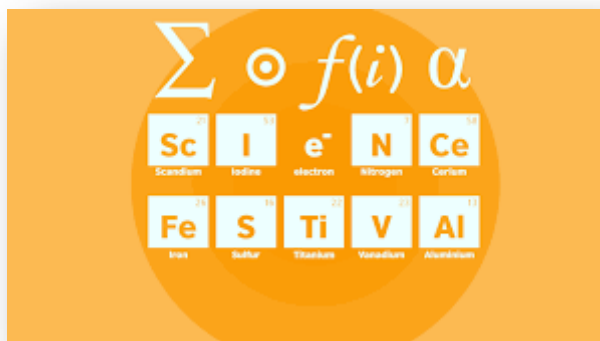
Информативните статии са най-често срещани (60%), докато публикациите, съдържащи анализ, оценка или коментар заемат 21% от медийните отражения, а интервютата с организатори/участници са 19%.

Тонът на по – голямата част от заглавията е неутрален (93%), едва 7% са с положителен такъв. В съдържателно отношение тонът на публикациите е изцяло положителен.

В по - голямата част от материалите (67%), медиите не споменават Столична община като източник на финансиране на събитието, в останалите 1/3 от случаите тя е отразена като такъв.

Медийните публикации по повод Националната кампания в подкрепа на четенето „Походът на книгите” 2019 г. са изцяло на български език.

43. СОФИЙСКИ ФЕСТИВАЛ НА НАУКАТА



Софийският фестивал на науката е проведен от 9 до 12 май 2019 г. в София Тех Парк. Събитието се организира от Британски съвет – България, като получава и финансова подкрепа от Столична община по линия на културния календар в размер на 20 000 лв. В програмата на фестивала са включени над 100 български и чуждестранни учени, като има разнообразни събития – както лекции, перформънси, работилници, прожекции и др. Програмата има специален акцент върху детската и ученическа аудитория, като тази година за първи път е включена зона „Направи си сам“ и работилници, в които деца и подрастващи могат да се докоснат до нови технологии и изследват виртуални светове. Достъпът до повечето събития е безплатен, а платените са със символична цена на билет 5 лв. Поради по-късния старт на мониторинга, в него не попадат конкретно посетени прояви от фестивала. В настоящия доклад се обобщават и анализират медийните отзиви за него.

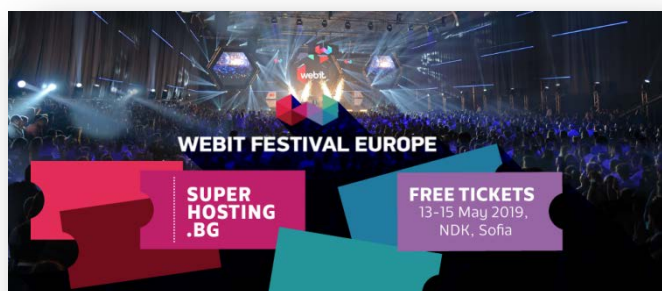


Медийни отзиви за фестивала

За фестивала са предоставени общо 94 материала от медиите, като 59 от тях са подходящи за обработка и анализ. Причината да има такава разлика между предоставени и обработени публикации е, че в голям брой от отзивите Софийски фестивал на науката не е фокус, а се отнасят до друга тема (мнозинството – свързани с годишнината на Националния природонаучен музей на БАН и представянето на книгата „Аз, Фрам“ на Хавиер Качо). Преобладават публикациите в интернет сайтове (66%), но в същото време останалата част от тях са разпределени в други медии. На второ място по обем са публикациите в радиа (15%), следвани от печатни издания – вестници-ежедневници (9%) и седмичници (7%). Телевизионните предавания заемат 3% от общия дял на медийните отзиви. Всички публикации са в масови издания, като мнозинството от тях предхождат началото на събитието (86%), и имат предимно информативен характер (78%). Интервютата с участници са 19% от общия обем

материали, а тези с аналитичен/критичен характер са едва 3%. В мнозинството от случаите доминира неутралният тон на заглавията (53%), а като съдържание положително звучащите статии са значително по-голям дял (71%) спрямо неутралните (29%). Столична община като партньор на събитието се споменава в значителна част от публикациите (44%). Всички отзиви са публикувани на български език.

44. URBAN SUMMIT AS PART OF WEB IT FESTIVAL



Тазгодишното издание на Urban Summit, организирано от Е-Академия ЕООД, е проведено в рамките на Web it Festival на 13, 14 и 15 май в НДК и пространството пред него. В рамките на събитието са проведени различни арт събития, срещи, флеш мобове, концерти и др., организирани на различни локации на открито и закрито. Столична община подкрепя събитието по линия на ККССО с финансиране в размер на 2 000 лв. Тази година не са обхванати конкретни прояви от него поради по-късния старт на мониторинга. В рамките на доклада са отразени медийните публикации за събитието.



Медийни отзиви за фестивала

За фестивала са предоставени 180 материала, но подходящи за обработка и анализ са само 89. Останалата част представляват снимков материал, който не служи за целите на настоящия медиен мониторинг. Мнозинството от обработените публикации са поместени в интернет сайтове (84%), а останалата част са най-вече в телевизии (15%). Налична е една публикация в радио. Всички издания са масови, като предимно отразяват събитието преди неговото начало (90% от случаите). Отзивите представляват информация за фестивала в мнозинството от случаите (75%) Интервютата с участници/организатори са 13% от общия обем на публикациите, а аналитичните материали са едва 2%. Тонът на заглавията е предимно неутрален (75%), докато в съдържателно отношение почти всички публикации имат положително звучене (92%). Столична община като партньор на събитието се споменава в малко под 1/3 от случаите (27%). Всички предоставени медийни публикации са на български език.

45. URBAN CREATURES



Деветото поредно издание на проекта Urban Creatures тази година е белязано от две мащабни интервенции в градското пространство – платно на артистът Vozko на ул. Париж 5, в близост до Операта, и на аржентинският артист Francisco Bosoletti на ул. Ангел Кънчев 27 – поканен в София да направи свой прочит на произведения на Никола Вапцаров. Организатори на проекта са Фондация за градско изкуство, а подкрепата тази година по линия на ККССО е в размер на 20 000 лв.

Поради нестандартния формат на този тип градско изкуство не са проведени анкети с публика, но в анализа се включват медийните отзиви за проявите на Urban Creatures.



Медийни отзиви за събитието

От предоставени 45 материала за тазгодишното издание на фестивала, подходящите за обработка и анализ публикации са 34. Останалите материали представляват предимно Facebook и Instagram изображения, които не е възможно да се обработят според методологията на мониторинга.

Сред отзивите преобладават поместените в интернет сайтове (22 материала), на второ място са отраженията в телевизионни предавания (9 публикации). Налични са и две публикации в радио предавания и една в социална мрежа. Доминират масовите издания, като всички отразявания са след осъществяването на проявите. Информативните материали са $\frac{1}{2}$ от общия обем на публикациите, останалата част имат или аналитичен характер (оценка, коментар – 9 статии), или представляват интервюта с участник/организатор. Тонът на заглавията е положителен в малко над половината публикации (19 от 34), а в съдържателно отношение положителното звучене е 100%. Столична община като партньор на събитието се споменава в почти половината отзиви (16 от 34). Езикът на всички публикации е български.

46. НОЩ НА ЛИТЕРАТУРАТА



За осми път в 11 града в България е проведена Нощ на литературата, която е част от инициативата Европейска нощ на литературата. Събитието се е състояло на 15 май, като проявите в София са част от Културния календар на Столична община. Организатори са Чешки център София, а финансовата подкрепа от СО по линия на календара е в размер на 6 000 лв. Проведени са литературни четения на над 10 локации, в партньорство с посолства и културни институти, с цел да се популяризира европейската литература. Част от локациите включват Студентски дом, Учебен център на Британика, учебен център Respect, Галерия Райко Алексиев, Галерия Арт-36, Da Da Cultural Bar и др., като всички четения са със свободен достъп. Поради по-късния старт на мониторинга не са обхванати конкретни прояви от инициативата. В рамките на доклада се разглеждат и анализират медийните отзиви за Нощ на литературата.



Медийни отзиви за събитието

За събитието са предоставени 112 медийни материала, от които 100 са подходящи за обработка и анализ. Преобладават интернет изданията, отразили инициативата – 80%. Останалата част от публикациите са поместени съответно в радиа (14%) и телевизионни предавания (6%). Мнозинството от медиите са масови (83%), останалите 17% са специализирани издания за изкуство/култура. Почти всички публикации предхождат началото на Нощ на литературата (95%), като представляват анонс/информация за провеждането на събитието (94 %). Съответно по 3% са интервютата с участник/организатор и аналитичните статии/коментари. Тонът на заглавията е предимно неутрален (70% от случаите), докато в съдържателно отношение силно преобладават положителните конотации за събитието (86%). Столична община като източник на финансиране/партньор на събитието се споменава в под 1/5 от случаите (17%). Всички публикации са на български език .

47. ОФИЦИАЛНА ЦЕРЕМОНИЯ ПО ВРЪЧВАНЕ НА НАГРАДА ЗА ПОЛЕТ В ИЗКУСТВОТО „СТОЯН КАМБАРЕВ“



За десети пореден път на 17.04.2019 г. в балната зала на Военния клуб е проведена церемонията по връчване на наградите за млади артисти на фондация „Стоян Камбарев“. Събитието се организира от фондация „Стоян Камбарев“, а подкрепата от страна на Столична община по линия на Културния календар е в размер на 4 000 лв. Късното начало на мониторинга на събитията от ККССО оставя церемонията извън прекия обхват на изследването, но са обработени и анализирани медийните отзиви за церемонията.



Медийни отзиви за събитието

Церемонията е получила широк медиен отзвук, като от 169 предоставени материала, обработени и анализирани са 131. Останалата част предимно са youtube линкове, които не са били открити онлайн (били са със статус „несъществуващи“).

Преобладаващата част от наличните публикации са поместени в интернет сайтове (84%). На второ място са отразяванията в телевизии с 12% от общия обем на материалите. Налични са минимален брой отразявания в радиа и печатни издания – вестници- ежедневници (по 2%), както и под 1% месечни списания. Преобладават масовите медии (73%), като мнозинството от публикациите са преди началото на церемонията (86%). Значителна част от отзивите имат информативен характер 89%), 11% са интервютата с участници/организатор.

Преобладава неутралният тон на заглавията (82%), за сметка на положителното звучене в съдържателно отношение (88%). Столична община като партньор на събитието се споменава в значителна част от публикациите – 60%. Всички материали са отразени на български език.

III. ОСНОВНИ ИЗВОДИ

Резултатите след шестата година на провеждане на проучване сред публиките на финансираните от СО културни събития по линия на ККССО, както и промените в социално-културния контекст открояват следните тенденции и процеси с влияние върху общия курс на развитие на културната сфера:

- **Устойчивост на високите нива на удовлетвореност сред публиките на финансираните от СО културни събития.** За последните 6 години показателят за цялостна удовлетвореност запазва средни стойности над 8,5 по десетобалната скала от 1 до 10.

Средни оценки за цялостна удовлетвореност на публиките

2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
8,43	8,95	8,87	8,88	9,01	8,85	8,97

Няколко са **основните фактори за устойчиво високите нива** на удовлетвореност от посещаваните събития:

- **Лоялността на аудиториите** – над половината анкетирани посетители (58%) са посещавали фестивалите и на предишни техни издания, респективно знаят какво да очакват. Повторното посещение на публиките е и индикатор, че културните събития поддържат ниво, което задържа и удовлетворява аудиторията.
- **Достъпността на културния продукт** – средната оценка за достъпност на билетите за посетените събития е 8,13 по десетобална скала. В същото време значителен дял от мониторираните събития са били безплатни за аудиторията (45%)
- **Удовлетвореността от времето и локацията** за провеждане на събитията – мнозинството от посетителите определят като подходящи часът и мястото на реализация на културните прояви.



Над 2/3 от включените в ККССО фестивали и самостоятелни прояви получават близки до максималните оценки за удовлетвореност на публиката – 9 и по-високи по десетобална скала от 1 до 10. Тази година с най-високи оценки са събития, които са били насочени (на които са присъствали) предимно към професионалисти от сферата или в мониторинга са обхванати само 1-2 прояви (колкото са били проведени – като например Фортисимо

фест, които се включват само с Коледен концерт), поради което трябва да се вземе предвид по-ниската статистическа база от анкетирани посетители. В същото време сред най-високо оценените събития продължават да стоят както традиционни фестивали като Пиано екстраваганца, Софийски музикални седмици, Европейски музикален фестивал, Опера в парка и др, така и сравнително по-нови събития като Блок кино, Ей ту джаз (който вече няколко поредни години постепенно затвърждава позициите и популярността си сред аудиторията), Панаир на младите – Site specific theatre, Къща за литература и превод, Mish mash fest, АСТ фестивал и др.

- **Продължава цялостната тенденция към „застаряване“ на публиките на фестивалите** – ако през 2016 средната възраст на посетителите е 39, г., през 2018 нараства до 41 г., а през 2019 г. вече е средно 43 години. В същото време, различните фестивали и събития имат устойчиви възрастови профили, като една част се характеризират с предимно по-възрастна публика, но има и

фестивали с ясно изразен младежки профил (под и около 30 г. средна възраст на посетителите).

- **Фестивалите, открояващи се с традиционно по-възрастна публика, са концентрирани предимно с сферата на класическата музика с публика на средна възраст в диапазона 50-56 години:** Концерти на арменското дружество Парекордзаган (AGBU Chamber Orchestra), Пиано екстраваганца, Софийски музикални седмици, Европейски музикален фестивал, Фортисимо фест. **Тези фестивали изглежда все още не успяват да приобщят по-младите поколения към изкуството, което представят.**
 - **Фестивалите, открояващи се с предимно по-млади посетители, са свързани в по-голяма степен със съвременни форми на изкуството:** Международен фестивал за късометражно кино „В двореца“, Международен форум за компютърни изкуства Компютърно пространство, АСТ фестивал за свободен театър, „Малък сезон“.
 - **Като фестивал с най-млада аудитория се откроява A to Jazz – средна възраст на анкетираните посетители 30 г.** Изглежда фестивалът успява на намери подходяща за младите поколения форма, в която да ги приобщи към джаз музиката.
- **Запазва се тенденцията на проявите да присъстват и чуждестранни посетители, въпреки отчетения лек спад спрямо 2017 г. - от 63% до 53% през 2019 г.**
 - **В същото време значителна част от проявите (54%) устойчиво продължават да са адаптирани за чужденци, което е добра предпоставка за привличането на повече такива посетители в културния живот на столицата.**
 - **За разлика от адаптацията за чуждестранни посетители, значително по-малка част от проявите, обхванати в мониторинга, са с адаптиран достъп за хора със специални потребности (30%). В същото време в 40% от случаите са регистрирани посетители с някакъв вид увреждане. По-добрата обезпеченост на локациите би допринесла за значително по-пълноценното включване на тези социални групи в културния живот на столицата.**
 - **Запазва се висок делът на събития, в чиято реализация участват чуждестранни артисти (41%). За да се установи обаче реално обемът на проявите с чуждестранно участие, би било добре да се събира такава изчерпателна обективна информация от организаторите на финансираните фестивали.**
 - **Подкрепата за събития, насочени към най-младата аудитория (деца и ученици), е видима, като почти всички фестивали с малки изключения, съдържат минимум по една проява, която е насочена специално към най-малките. Значително по-малък дял са проявите, предназначени специално за възрастни хора или професионална гилдия.**

- **Продължава подкрепата за събития и фестивали, които се реализират на локации извън центъра на града, като така се запазва линията на политика по децентрализация на културния живот** (Сподели музиката в двореца Врана, АСТ фестивал, 180 лаборатория за иновативно изкуство, Софийски фестивал на науката, Блок кино и др.). Все още обаче **делът на реализираните в периферни локации събития е значително по-нисък спрямо тези в центъра (6%)**.
- **Значителна част от фестивалите и събитията имат включени прояви за деца** като част от целевите специфични социални групи, които община ома за цел да приобщава към културния живот на столицата. **Остават обаче ограничени проявите, предназначени за други групи като възрастни хора, професионална гилдия и др.**
- **Устойчиво позитивен остава отзвукът в медиите за събитията.** В съдържателно отношение продължават да доминират позитивно звучащите материали (85%). Продължава и устойчивата тенденция на публикации преди началото на проявите (89%), които имат преимуществено информативен характер (75%). И тази година материалите с аналитичен характер устойчиво увеличават дела си от общия обем на публикациите – от 6% през 2018 г. до 11%. Този процес върви успоредно и с по-активното отразяване на събитията в специализирани портали за изкуство/култура – 33%.
- **За да може да се измери обаче в по-пълнен обхват влиянието на ККССО върху развитието на публики и като цяло на културата в столицата, препоръчително е като част от мониторинга да се събира обективна и по възможност по-изчерпателна информация по индикатори** като локации на провеждане, целеви групи на проявите, продадени билети и др.
- **Същевременно, ККССО е само един от инструментите за подпомагане и развитие на културата в столицата, който се конкурира с множество други форми** (като други програми, частни културни оператори и др.), поради което би било добре този ефект да се измерва в контекста на една по-цялостна картина за културното потребление и тенденции в града.