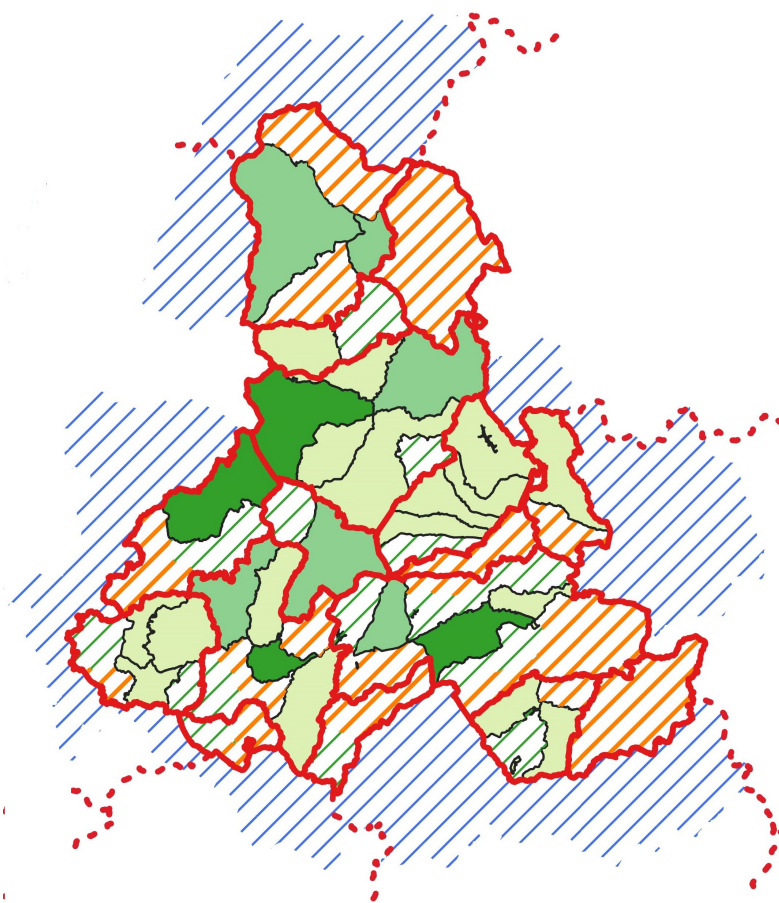


STRATEGIA CULTURALĂ A JUDEȚULUI HARGHITA



ENTITĂȚI PARTICIPANTE ÎN REALIZAREA STRATEGIEI

Strategia culturală a Județului Harghita a fost realizat de PLANIFICATIO DEZVOLTARE ȘI ENERGIE S.R.L.

Coordonator	Csák László	PhD
Colaboratori:	Gyergyai László-Zsolt, economist	MA
	Császár Tünde, sociolog	MA
	Bakcsi Botond, filosof	drd.
	Kocsis Erika, economist	MA

Alături de ei, în procesul de actualizare au participat actori în domenii culturale și creative din județul Harghita.

Strategia culturală a fost inițiată de Centrul Cultural Județean Harghita, instituție culturală subordonată Consiliului Județean Harghita, cu scopul de a articula o viziune și un plan de acțiune care să direcționeze activitățile județului în următorii 10 ani, îmbunătățind infrastructura culturală, cadrul administrativ și legislativ de lucru și propunând obiective strategice și programe care să conducă spre un sector cultural sustenabil economic și generator de venit pentru județ.

Versiunea originală.

Text preluat p. 82-90 prin grija beneficiarului din strategia anterioară.

Mulțumiri

Autorii prezentei strategii își exprimă deosebita mulțumire tuturor celor care au contribuit în diferitele momente ale procesului de actualizare la realizarea cu succes a proiectării comunicativ, oferind date, informații necesare analizelor efectuate

Cuprins

I.	Sumar executiv.....	5
II.	Fundamentarea teoretică a strategiei.....	7
III.	Planificare comunicativă.....	19
	Metodologie	19
	Planificare participativă	21
	Participare socială.....	26
	Sondaj prin chestionar în etapa planificării.....	26
	Dezbaterea publică a strategiei	33
IV.	Analiză teritorială	34
	Repartizarea teritorială a serviciilor și activităților culturale	34
	Evaluarea localităților din punct de vedere al serviciilor culturale	53
	Servicii culturale și structura zonelor de deservire.....	63
V.	Sistemul țintă	66
	Obiective și principii	66
	Programe strategice.....	68
VI.	Propuneri de buget	91
VII.	Adaptarea la strategiile anterioare.....	103
VIII.	Impacte economice estimate	109
IX.	Anexa: Liste și tabele	110
	Lista hărților.....	110
	Lista figuri	111
	Lista tabelelor	112
	Tabel cumulativ al obiectivelor specifice și al programelor strategice.....	113
	Tabel cumulativ al programelor și subprogramelor strategice	115
	Tabel cumulativ al obiectivelor, programelor și subprogramelor strategice.....	118

I. Sumar executiv

Reînnoirea strategiei culturale a județului Harghita s-a realizat în conformitate cu direcțiile județene de dezvoltare în contextul „dezvoltărilor centrate pe om” printr-o complexă implicare profesională, instituțională și printr-o cuprinzătoare participare socială. În acest context strategia nu reprezintă interesele unor instituții aparte, dimpotrivă și-a propus să prezinte linii de acțiuni pluralistice, deschise, inovative, centrate pe experiență și consum cultural, și astfel poate contribui la realizarea obiectivului general, sintetizat mai jos:

În viitor, în județul Harghita, politicile culturale vor avea o importanță strategică, pe baza cărora până în 2030, județul Harghita va avea la dispoziție infrastructură modernă, sigură și de înaltă calitate, care va servi cerințele culturale multiple ale locuitorilor din județ, asigurând totodată posibilitatea consolidării unui turism cultural bazat pe festivaluri, evenimente și valori.

În vederea realizării obiectivului general, pentru perioada 2021-2030, prin cadrul structurant oferit de cele nouă obiective detaliate, propunem realizarea unui total de 44 de subprograme. Cele 44 de subprograme formulate în cadrul celor nouă elemente strategice, se completează cu un total de 15 subprograme ale celor patru programe păstrate din strategia perioadei anterioare de programare¹.

Activitățile necesare atingerii noilor obiective se pot realiza prin cele 59 de subprograme menționate, pentru care am propus mobilizarea printr-o colaborare pe plan județean, municipal, orășenesc, comunal și regional a resursei bugetare suplimentare anuale de 13,6 milioane de lei. În județul nostru cultura reprezintă o șansă de afirmare, o cheie a dezvoltării economice și sociale, un element important al capacității de menținerea populației în regiune și din acest motiv considerăm că perioada următoare, pe lângă elementele tradiționale existente, trebuie să se concentreze pe aspecte legate de reînnoire, de centrare pe consumator, comunitate și participare, incluziune socială. Strategia culturală a județului

¹Vezi Strategia de Dezvoltare Culturală a Județului Harghita pe perioada 2013-2020 <http://ccenter.ro/ro/informatii-publice/> (punctul 11.)

Harghita își propune să constituie un ghid pentru transpunerea în parctică a obiectivelor sprijinind, luarea de deciziilor la nivelul politicilor publice, elaborarea inițiativelor propuse de instituții, respectiv de societatea civilă.

A fost introdus indicele cultural-comunitar, numit în continuare ICC. Indicatorul are ca scop realizarea mai bună a transparenței în strategie, o monitorizare ușoară a implementării și fundamentare științifică. Acest indice este în corelare cu prioritățile strategiei, este măsurabil și funcționează pe baza unor informații și date statistice. Indicele se referă la următoarele contexte: patrimoniu cultural (așezările cu atracție turistică peste media județeană), context economic (numărul unităților de cazare peste media județeană) și nu în ultimul rând rolul sectorului public (buget local alocat pentru cultură) și privat (comunitate activă) și numărul noilor evenimente accesibile.

II. Fundamentarea teoretică a strategiei

În vederea elaborării strategiei culturale a județului examinăm noțiunea de cultură, după care clarificăm noțiunea de cultură folosită în prezenta strategie.

În percepția oamenilor de rând noțiunea de cultură înseamnă și în zilele noastre ceva îndepărtat, ceva ascuns publicului larg, ceva care este accesibil doar pentru o elită cultivată, fiind îngrijită și protejată tot de către această elită (sub forma unor cărți voluminoase, a muzicii clasice, a operelor de artă și a monumentelor istorice). Cultura este acel ceva care, deși necesită respect, se află totuși la o distanță serioasă de viața cotidiană. Față de această concepție, pentru specialiștii care se ocupă de ea (artiști, antropologi, sociologi), cultura înseamnă totalitatea creațiilor materiale și spirituale ale omenirii, incluzând și acele modele de conduită și de acțiune care determină relațiile sociale și modalitățile de acțiune comunitară. În discursul cotidian ne întâlnim cel mai des cu sensul restrâns al culturii, în timp ce în discursul științific s-a răspândit sensul mai larg al noțiunii. Este necesar elucidarea acestei divergențe, chiar contradicții în cea ce privește concepția culturii. Apropierea și acceptarea culturii de oameni de rând prin diferite intervenții instituționale, schimbarea fenomenului culturii în așa fel încât aceștia să nu mai păstreze caracterul de alteritate față de publicul larg? În același timp căutăm un răspuns și la întrebarea următoare: cum am putea să aducem mai aproape cultura pentru oamenii de rând, sau, altfel formulat, prin intervențiile instituționale cum am putea să formăm fenomenele culturii în așa fel încât aceștia să nu mai păstreze un caracter de alteritate față de publicul larg?

Este arhicunoscut că termenul de cultură are origine romană, provenind din cuvântul latină *colere* cu semnificația de a cultiva, a planta, a avea grijă, a păstra, și a fost utilizat deja de către Cicero în sens figurat când acesta a definit filosofia ca cultivarea sufletului (*cultura animi*). Întru-un articol al său, Hannah Arendt a elucidat faptul că originea latină a cuvântului este un punct esențial al cercetării noastre deoarece include atât conotațiile cu privire la cultivarea pământului și formarea peisajului italian, cât și aspectele referitoare la păstrarea moștenirii grecești și a cultului strămoșilor. În formularea lui Arendt: „Amândouă sensuri, cultura în sensul transformării naturii într-un loc de trai pentru un popor și cultura în sensul

îngrijirii monumentelor trecutului, determină chair și azi conținutul și semnificația pe care o avem în minte când vorbim de cultură.”²

În sensul de azi conceptul a apărut spre sfârșitul secolului al 17-lea, începutul secolului al 18-lea, împreună cu alte noțiuni ca civilizație, stat, democrație, etc., fiind în strânsă relație cu alte schimbări intervenite în legătură cu idea de cultivare și educare a iluminismului.³ Nu este exagerat să afirmăm că începând cu această epocă cultura îndeplinește o funcție foarte importantă în exercițiul de autodefinire al omului modern din Vest. Conceptul modern de cultură, după cum subliniază György Márkus în studiul său aferent, a apărut ca un răspuns la criza de autodefinire a omului european: „formarea concepției moderne de cultură a indicat faptul că însuși omenia omului este cea care a devenit o problemă, că sensul omeniei nu mai este fixat ferm de idei transmise în tradiții religioase sau laice, că acesta este ceva pe care trebuie să o căutam.”⁴ Cultura înseamnă pentru societatea modernă crearea unui univers intelectual simbolic care conferă nu numai un sens uniform lumii înconjurătoare a omului, ci oferă și posibilitatea acțiunii comune. În societatea modernă interacțiunea oamenilor nu este structurată conform sistemului de valori religioase și ierarhice, determinat și garantat de biserică, ci conform orizontului mental uniform și comun, creat de cultură care, prin intermediul normelor, a modelelor de conduită și a stilurilor de viață conferite, face posibilă conviețuirea pașnică dintre oameni. „Cultura” poate fi considerată ca un concept originar politic, identitar în măsura în care instituie un subiect colectiv a cărui „capacitate de acțiune depinde de identitate”.⁵ De fapt noțiunea de cultură marchează un proces de omogenizare care a putut să umple vidul creat de pierderea monopolului exercitat de sistemul de valori religioase prin dezvoltarea unui spirit identitar concretizat în ideea statului neutru în cea ce privește libertatea de conștiință, de gândire, și a normelor de conduită aferente acestuia.

²Hannah Arendt: *The Crisis in Culture*, in *Between past and future. Six Exercises in Political Thought*. The Wiking Press, New York, 1961, 197-226.

³ Erre vonatkozóan lásd Raymond Williams: *Culture*, in *Keywords. A Vocabulary of Culture and Society* /1976/. Oxford University Press, New York, 2015, 49-54.

⁴ György Márkus: *Culture: The Making and the Make-Up of a Concept*, in *Culture, Science, Society. The Constitution of CulturalModernity*. Brill, Leiden – Boston, 2011, 305-334.

⁵ Vö. Jan Assmann: *Das kulturelle Gedächtniss. Schrift, Erinnerung und politischeldentität in frühen Hochkulturen*. C.H. Beck Verlag, München, 1992.

Din caracterul normativ și pretenția universalistă cuprinse în noțiunea modernă a culturii, care provin din concepția iluministă referitoare la autonomia și caracterul perfectibil al intelectului uman, nu se pot deduce în mod automat ideile respectului față de alteritate, a recunoașterii și a acceptării modalităților străine de viață (străine). Totuși, faptul că în zilele noastre putem să tratăm ca evidențe diversitatea culturală, caracterul comparabil și egal al culturilor, nu poate fi separat de ideea neutralității statului care a reușit să formeze identitatea comunitară în așa fel încât vechile divergențe religioase le-a substituit cu o nouă teorie: abstracțiunea statului suveran. Ideea de egalitate între diferitele culturi s-a format, pe de o parte, ca un produs al îndelungatelor conflicte politico-religioase ale epocii războaielor religioase, iar, pe de altă parte, ca urmare a marilor descoperiri geografice, prin intermediul cunoașterii și examinării sistematice ale obiceiurilor popoarelor descoperite în același epocă, adică prin intermediul formării antropologiei culturale.

Pe lângă acestea este important de subliniat faptul că noțiunea de cultură în sensul său modern a apărut în științele sociale, mai concret în filozofia istoriei și în etnografie sau antropologia culturală. În opera sa de filozofie a istoriei, Johann Gottfried Herder a scris următoarele, la sfârșitul secolului al 18-lea: „Prin natura sa interioară, spiritul uman nu s-a străduit la altceva pe parcursul activității sale de până acum, decât să fundamenteze cât mai profund și să răspândească cât mai departe umanitatea și cultura genului uman.”⁶ În această concepție principiul central al culturii este rațiunea umană care creează ordine din haosul lumii, iar din acest motiv diferitele culturi ale lumii de fapt se mișcă în aceeași direcție (adică spre umanitate și echitate), însă într-o epocă dată stau la diferitele trepte ale evoluției. Antropologia culturală și-a propus ca obiectiv de cercetare analiza comparativă a unui vast material istoric și empiric, însă este un fapt revelator că în 1871 britanicul Edward Tylor, în opera sa intitulată *Cultura primitivă*, cu prilejul studierii fenomenelor culturale nu a sărbătorit diversitatea culturală, ci a descoperit tot legi universale, caracteristice întregului gen uman. În opera sa Tylor a definit cultura în modul următor: „Cultura sau civilizația, luată în sensul său etnografic larg, înseamnă ansamblul complex al cunoștințelor, credințelor religioase, al artei, moralei, obiceiurilor și al tuturor celorlalte capacități și obișnuințe pe care

⁶ Johann Gottfried Herder: *Ideen zur Philosophie der Geschichte der Menschheit* /1784-1791/. Holzinger Verlag, Berlin, 2013.

le dobândește omul ca membru al societății. Starea culturii în diferitele societăți ale omenirii, în măsura în care se poate cerceta pe baza unor principii generale, este un obiect potrivit cercetării legilor universale ale gândirii și activității umane.”⁷ Din citatele de mai sus reiese că noțiunea de cultură provine din aceea epocă a științelor sociale care se caracterizează prin abordarea holistică, viziunea eurocentrică asupra lumii și concepția elitistă a științei. Acest aspect este de subliniat, deoarece cu prilejul definiției noțiunii, oamenii de știință, deși au accentuat în continuu modelele de conduită care influențează viața de zi cu zi a oamenilor, aspectele comunitare ale cunoștințelor acumulate pe parcursul istoriei, totuși au considerat că descoperirea, identificarea și păstrarea fenomenului este datorită unui număr restrâns de profesioniști.

Pe lângă această noțiune mai largă a culturii, începând din epoca romantismului s-a răspândit și noțiunea de cultură înaltă (*Hochkultur*) care a fost tratată de la bun început ca opusul culturii maselor. Noțiunea de cultură înaltă cuprinde, în primul rând, practicile intelectuale, adică activitățile literare, artistice, muzicale, filozofice și arhitecturale care generează produse de „înaltă” calitate estetică. Această concepție a culturii provine din influența noțiunii kantiene de geniu a cărei noutate nu a fost numai faptul că a ridicat creațiile artistice la rangul ontologic al frumosului natural, ci mai degrabă acela că a transpus principiul ambelor tipuri de frumusețe în subiectivitate.⁸ Drept consecință a acestei subiectivizări a frumuseții, activitatea geniului, dar în general și a omului creativ a fost concepută din acel moment ca ceva care depășește nivelul noțiunilor, adică ca ceva care nu poate fi exprimat prin cuvinte și noțiuni în mod univoc, și ca atare nici nu necesită să fie comunicată și divulgată publicului larg. Din această schimbare de paradigmă metafizică și estetică se poate înțelege faptul că începând din secolul al 19-lea cultura înaltă a început să fie gândită ca un sistem închis și autosuficient. La începutul secolului al 20-lea, filosoful neokantian Georg Simmel a exprimat în felul următor acest caracter izolat al culturii înalte, întruchipat în primul rând în experiența artistică: „atunci putem să vorbim despre cultură când mișcarea creatoare a vieții produce niște formații în care își găsește modalitățile de

⁷ Edward B. Tylor: *Primitive Culture* /1871/. Cambridge UP, Cambridge, 2010.

⁸ Erről vö. Hans-Georg Gadamer: *Wahrheit und Methode. Grundzüge einer philosophischen Hermeneutik*. Mohr Verlag, Tübingen, 1960.

exteriorizare, formele realizării de sine (...). Însă proprietatea acestor produse ale proceselor de viață este că începând din momentul producerii beneficiază de o permanență stabilă care nu mai are nimic în comun cu ritmul agitat al vieții. (...) Prezintă o logică și o legislație proprie, un sens propriu și o rezistență proprie, beneficiind de o elaborare și o autonomie față de dinamica sufletească care le-a creat.”⁹

Totuși este important de subliniat că acest tip de separare dintre cultura înaltă și cultura de masă care se poate observa începând cu epoca romantismului, nu înseamnă că anterior acestei epoci nu ar fi existat o opoziție între cultură înaltă și cultură populară, ci înseamnă că această opoziție caracteristică societății ordinelor s-a transformat începând cu secolul al 19-lea. Democratizarea culturii (sau în alte cuvinte: răspândirea culturii ordinelor înalte și transformarea acestuia în cultura maselor) a avut drept consecință modificarea hotarelor dintre cultură și non-cultură, dezlegând cultura de ierarhia socială. În opinia lui Hermann Bausinger această schimbare constă în faptul că în societatea ordinelor purtătorul culturii înalte a fost un strat social strict delimitabil, în schimb în societatea modernă de masă cultura a devenit preocuparea unor indivizi aparținând mai multor grupuri flexibile.¹⁰ De atunci, cultura înaltă nu funcționează ca indicatorul ierarhiei sociale, ci, prin capacitatea genialității productive și a congenialității receptive, a devenit afacerea internă a unui segment profesional restrâns al societății, care nu reflectă neapărat stratificarea socială. Sociologul francez Pierre Bourdieu și-a formulat concepția de cultură în opoziție cu această teză a democratizării culturii provenind din perioada iluminismului. Conform teoriei sale, cultura este și în modernism indicatorul stratificării sociale, deoarece preferințele culturale sunt determinate și în zilele noastre de simțurile de orientare, de judecățile de gust, de obiceiurile de consum, de sensurile politice și de afaceri foarte clar delimitate ale diferitelor clase sociale, adică așteptările și habitusurile sociale diferite. Deși mulți au criticat caracterul static și riscul reducăționismului economic al teoriei habitusurilor (în deosebi argumentul transferabilității capitalului economic și cel cultural)¹¹, principalul merit al teoriei culturii elaborate de Bourdieu este că a arătat deficiențele din procesul modern de democratizare a

⁹ Georg Simmel: *Der Konflikt der modernen Kultur*. Duncker-Humboldt, München – Leipzig, 1918.

¹⁰ Vö. Herman Bausinger: *Volkskultur in der technischen Welt*. Campus Verlag, Frankfurt – New York, 1986.

¹¹ Vezi Christine Détérez: *Sociologie de la culture*. Armand Colin, Paris, 2014.

culturii, și a demonstrat pe un impresionant material empiric caracterul alienant al culturii elitelor, elucidând fenomenul separatismului cultural specific culturii elitelor. Această interpretare mai restrânsă a noțiunii de cultură (care se limitează la activitățile legate de artele înalte), în fond, era în opoziție cu sensul ei mai larg, utilizat în antropologie, însă din punctul de vedere al elitismului cele două coincideau. Deci, putem să constatăm că alienarea culturală a maselor era întocmai consecința discursurilor științifice și artistice sus menționate, adică a concepției elitiste a culturii. Din cele explicate mai sus putem să realizăm că cei care au elaborat concepția culturii au interpretat fenomenul ca un complex unitar, un sistem compact care conferă omului reperele necesare, îl ajută să-și însușească sistemele-cadru morale și simbolice necesare acțiunii sociale, creând identitatea necesară pentru a se orienta în lumea înconjurătoare.¹² Însă în ultimele patru-cinci decenii, accelerarea globalizării a lansat numeroase provocări pentru această noțiune liniștitoare a culturii. Renumitul reprezentant al *Studiilor Culturale* (*Cultural Studies*), Stuart Hall a atras atenția asupra faptului că în epoca globalizării identitatea însăși a devenit fragmentată, omul ne-mai-având numai o singură cultură, ci dimpotrivă se poate identifica cu modele, practici și discursuri provenite din diferite culturi sau din diferitele segmente ale culturii sale proprii, aflate chiar și în contradicție unul față de celălalt. Adică în zilele noastre este foarte dificil, ba chiar eronat să vorbim despre o identitate culturală unitară. După cum explică Hall: „Identitatea devine «o sărbătoare mobilă»: se formează și evoluează în modul în care sistemele culturale înconjurătoare ne reprezintă și ne adresează. Se poate determina istoric, și nu biologic. (...) Identitatea totalmente unitară, finalizată, sigură și coerentă este doar o iluzie. În locul acesteia, din cauza multiplicării semnificațiilor și a sistemelor de reprezentare culturală, ne întâlnim cu multitudinea șocantă și efemeră a posibilelor identități, dintre care putem să ne identificăm cu oricare, cel puțin în mod provizoriu.”¹³ Însă din această constatare nu decurge că ar trebui să renunțăm la anumite forme de conduită, sau, exact opus față de această atitudine, că ar trebui să resuscităm o identitate culturală mai veche despre care credem că ar fi fost unitară și exhaustivă, și să ne străduim ca această cultură să

¹² Vö. Jean-Jacques Chalifoux: Culture – unenotionpolémique?, in *Service social* 42/1, 1993, 11-23.

¹³ Stuart Hall: The Question of cultural Identity, in Stuart Hall – David Held – Tony McGrew /eds./: *Modernity and its Futures*. Open University Press, Cambridge, 1992, 273-326.

devină exclusivă. Dimpotrivă, trebuie să avem o relație activă cu dezvoltarea identităților culturale și, în general, cu ansamblul pe care îl definim ca patrimoniu cultural. Aici ne referim la fenomene ca de exemplu: reinstrumentarea unor piese muzicale clasice, reintroducerea clădirilor vechi în sfera activă a habitatelor prin dotarea cu noi funcții, etc.

Însă chiar și în zilele noastre politicile culturale adesea rămân captive conceptelor științifice provenite din secolul al 19-lea și ale concepției elitiste a culturii, ceea ce are drept consecință că deseori funcționează într-un mod exact opus față obiectivul lor declarat: nu numai că nu aduc mai aproape masele largi de cultură, ci dimpotrivă, în calitatea lor de instituții de stat, îndepărtează oamenii de practicile culturale. Aceasta se datorează, pe de o parte, faptului că se străduiesc să mențină monopolul asupra definiției culturii: deseori managerii culturali care nu au experiență creatoare în domeniile artistice aferente și care beneficiază de formare mai ales pe plan organizațional și economic, sunt cei care definesc ce este artă și ce nu mai este, ce poate găsi loc în rândul evenimentelor culturale, și ce nu. Această activitate de definiție implicită culturii deseori stă în opoziție cu activitatea scriitorilor, artiștilor, arhitecților și a oamenilor creativi, și are ca efect ca aceștia din urmă să se retragă din ce în ce mai mult în turnul lor de fideș.¹⁴ Distanțarea oamenilor de cultură se datorează, pe de altă parte, faptului că politicile culturale mențin în continuare opoziția strictă dintre cultura maselor și cea a elitelor. Această opoziție își are rădăcinile în concepția care reiese de ex. și din celebra teorie critică a lui Adorno și Horkheimer care au scris că cultura de masă produsă „în mod industrial” „a integrat, subordonând obiectivului său, elementele contradictorii ale culturii, arta și distracția, într-o formulă mincinoasă: în totalitatea industriei culturale”.¹⁵ Această concepție nu este discutabilă din motivul că revelă și respinge operele deseori multiplicat și standardizate, create exclusiv în scopul de a genera profit, ci mai degrabă din motivul că prezintă ca o evidență; opoziția dintre arta înaltă și distracție. La toate acestea se mai adaugă și faptul că în epoca hiperglobalizării, la nivelul de azi al răspândirii internetului, s-au format posibilități nemaivăzute pe planul

¹⁴Referitor la aceste consecințe ale politicilor culturale vezi Vincent Dubois: *Politique culturelle: le succès d'une catégorie floue*, in Martine Kaluszinski – Sophie Wahnich (dir.): *L'État contre la politique*. L'Harmattan, Paris, 1998, 167-182.

¹⁵ Max Horkheimer – Theodor W. Adorno: *Kultur industrie*, in *Dialektik der Aufklärung*. Querido Verlag, Amsterdam, 1947.

democratizării culturale. În opinia noastră nici instituțiile abilitate cu elaborarea politicilor culturale nu au voie și nici nu au posibilitatea de a ignora acest proces. Adică instituțiile culturale nu au dreptul de a sta în calea democratizării culturale prin faptul că își păstrează modalitatea exclusivistă, moștenită din secolul al 19-lea a definiției culturii.

Cealaltă eroare a concepției elitiste a culturii poate fi surprinsă în cultura ca fiind un ansamblu static, producător de artefacte care, o dată create, sunt definitive, de neatins și trebuie păstrate ca atare. Această concepție este în opoziție nu numai cu idealul roman al cultivării, ci și cu natura însăși a practicilor culturale. Adică în definiția minimală a culturii trebuie să includem și aspectul său istoric, deoarece cultura este întotdeauna produsul practicilor active, al activităților creative. Însăși relația cu trecutul trebuie să fie reconstituită în permanență, trecutul trebuie să fie reevaluat în prisma întâmplărilor, a proceselor și a interpretărilor din prezent. Acest aspect istoric este în strânsă legătură cu caracterul pluridimensional al culturii, ceea ce poate fi surprins în faptul că într-o singură epocă conviețuiesc mai multe culturi, adică numeroase manifestări ale culturilor dominante, marginale și a culturilor care sunt abia în stare de formare.

Politicile culturale ideologice s-au străduit întotdeauna să dea o definiție exclusivistă a culturii, și să sprijine numai cultura pe care o considerau ca fiind dominantă. Politicile culturale ale socialismului de stat, fie sub forma represiunii ideologice totale (în România), fie sub forma unui pragmatism ideologic (în Ungaria), au creat sistemele instituționale menite să realizeze centralizarea culturii. Pe planul declarațiilor aceste instituții aveau ca rol transmiterea culturii pentru un public larg, obiectivul lor declarat fiind mai precis acela de a asigura accesul la cultură a claselor sociale inferioare, adică a clasei muncitorești. Însă în aceste tipuri de abordare cultura în mod inevitabil a avut un rol secundar: nu a fost concepută ca un obiectiv în sine, ci ca un instrument care deservește educarea ideologică a națiunii, a clasei muncitorești, etc. În general, politicile culturale ale socialismului de stat din Europa estică au respins ideea autonomiei culturii și a sferei culturale, considerând-o ca fiind o idee retrogradă, însă în același timp au permis un șir de activități și evenimente culturale

pe care au crezut neutre din punct de vedere ideologic sau de origine populară.¹⁶ Totuși în aceste culturi politice Partidul a fost cel care și-a exercitat puterea de cenzură asupra culturii, cu toate că în numeroase locuri s-a străduit să evite (sau măcar să ascundă) intervenția operativă directă în afacerile culturale.¹⁷ Adică aceste politici culturale au oprimat, au tolerat sau au interzis acele manifestări culturale pe care au considerat a fi periculoase sau marginale din punct de vedere ideologic, eventual existând și cazuri în care nici nu au sesizat noile manifestări ale culturii datorită punctului lor de vedere „orb” în ceea ce privește ideologia politică.

În prezenta strategie culturală încercăm să ne îndepărtăm de concepția ideologică a culturii și definim cultura ca un sistem-cadru al percepției, al gândirii și al acțiunii sociale care într-o epocă dată determină relațiile comunitare, respectiv calitatea practicilor și a operelor create fiind, în același timp, în schimbare permanentă fiindcă există numai sub forme istorice. Tocmai din aceste motive considerăm că, în esență, cultura nu este ceva ce se oferă în mod automat, mai degrabă este ceva ce trebuie să fie căutată/reformulată? în permanență. Totuși fiecare fenomen comunitar nu face parte din cultură doar din simplul motiv că se ridică la un nivel de interes comunitar, fiindcă în interpretarea noastră numai acele fenomene pot fi considerate ca fiind culturale care reușesc să adauge ceva la imaginea de sine a omului și a comunității. Noțiunea de cultură semnifică deci, ansamblul manifestărilor creative ale omului, în sens larg al cuvântului, care se consideră a fi culturale numai în momentul în care intră în circuitul comunitar. Acest aspect creativ din definiție este valabil și în cazul modalității de păstrare a „tradițiilor” culturale: însăși tradițiile pot fi conservate numai dacă fac parte din prezent sub forma unor experiențe trăite. Această conservare însă nu va avea succes, dacă le așezăm pe un pedestal, adică le tratăm ca obiecte muzeale sau ca monumente istorice de neatins, ci dimpotrivă numai dacă încercăm să intrăm în interacțiune cu ele. Însăși aceste tradiții culturale nu fac parte dintr-un proces continuu și neîntrerupt, ci sunt părțile componente ale unor evenimente cu continuități și

¹⁶ T. Kiss. Tamás: *Fordulatok és folyamatok. Fejezetek a magyarországi kormányok kultúrpolitikáiról 1867-2000 (Schimbări și procese. Capitole din politicile culturale ale guvernelor din Ungaria 1867-2000)*. Új Mandátum, Budapest, 2002.

¹⁷ Eörsi László: Ideológiai pragmatizmus és (ön)cenzúra. A három „T” kultúrpolitikája (Pragmatism ideologic și /auto/cenzură. Politica culturală celor trei T-uri), în *Világosság* 2008/11-12, 73-96.

rupturi specifice, care pot să aibă un rol important în anumite epoci, iar în alte epoci pot să ajungă pe planuri secundare sau pot deveni chiar ne semnificative.

Când vorbim despre caracterul „creativ” al culturii, nu ne referim numai la partea sa productivă, adică la artiștii care în mod tradițional creează produse și manifestări percepute ca fiind culturale, ci și la partea de receptare a culturii, adică la marele public. În concepția noastră putem să vorbim despre o cultură vie numai în cazul în care există și receptare culturală activă. Cultura este vie și, trebuie neapărat să adăugăm și acest aspect, viabilă numai acolo unde creatorii și publicul sunt într-o relație activă, într-o interacțiune permanentă. Acest aspect implică și faptul că în concepția noastră și destinarii culturii, adică și publicul însuși va deveni un concept pluridimensional. Politicile culturale tradiționale vorbesc, de obicei, despre publicul culturii, deși această noțiune uniformă este eronată chiar și din punctul de vedere al inegalităților de acces la cultură a diferitelor segmente sociale. Față de această concepție simplificatoare, ar fi mai util să vorbim despre publicul culturii la plural, și să considerăm că diferitele forme și straturi de public pot avea nevoile lor legitime la diferite experiențe culturale (ca să recurgem numai la un singur exemplu: cultura copiilor poate să aibă același importanță ca și cultura adulților, ba chiar putem să o tratăm cu o atenție deosebită fiindcă tocmai la această vârstă se poate forma cât mai bine o relație activă față de cultură). Din acest motiv trebuie să ne concentrăm nu numai asupra cantității consumului de cultură, ci și asupra calității recepției și, în special, asupra modalităților de receptare a culturii. „Utilizarea” bunurilor culturale nu este identică cu consumul bunurilor materiale: în cazul acestora este vorba întotdeauna despre recepția unei creații de sens, a unei propuneri la o interpretare, care trebuie să aibă în vedere nu numai perceptibilitatea de către o comunitate reală, ci și unicitatea și specificul genului în care s-a manifestat. Adică, așa cum afirmă Jean-Claude Passeron, o politică culturală inclusivă și diferențiată trebuie să aibă în vedere nu numai costurile și accesibilitatea producției și a recepției culturii, deci nu este suficient să se calculeze numai „costurile de transport” ale culturii, ci trebuie să se ia în considerare și diferențierea, stratificarea publicului, străduindu-se să se modeleze diferitele

tipuri de public „noi acorduri de recepție” sensibile la natura interactivă a fenomenelor culturale.¹⁸

În concluzie, făcând aluzie la constatarea lui Hannah Arendt referitoare la cele două sensuri ale noțiunii de cultură, putem să afirmăm că păstrarea culturii trebuie să aibă loc întotdeauna sub forma cultivării acesteia. Într-o formulare mai simplistă: cultura nu este acel ceva despre care copiii trebuie să fie instruiți, ci este acel ambient în care copiii, tinerii și adulții pot fi educați. Adică, în procesul de elaborare al noțiunii de cultură am acordat un rol privilegiat atitudinii creative în sensul larg al cuvântului, al *poiesisului* în sensul grecesc al cuvântului, respectiv experienței și practicii artistice. „Cultura, scrie Hannah Arendt, este amenințată când toate obiectele și lucrurile din lume, produse de prezent sau de trecut, sunt considerate ca simple funcții ale procesului de viață a societății, ca și cum ele există numai pentru a îndeplini o anumită nevoie, iar pentru această funcționalizare este aproape irelevant, dacă nevoile în chestiune sunt de nivel înalt sau jos”. Aici nu este vorba numai de obișnuita critică a societății de masă, deoarece la această constatare autoarea mai adaugă că în lumea grecilor și al romanilor, modul de relaționare cu lucrurile „culturii” însemna de fapt atitudinea față de frumusețe și înțelepciune, adică faptul că în viziunea lor, „un fel de suprarafinament, o sensibilitate fără discernământ care nu știa cum să aleagă, era considerat a fi barbar”, adică incult, lipsit de cultură.¹⁹ Ceea ce înseamnă că putem să vorbim despre cultură numai dacă „produsele” create cu prilejul practicilor și a activităților percepute și socializate ca fiind „culturale” nu au numai valoare de schimb, ci pot fi considerate valori în sine, deoarece produc semnificație și cuprind judecăți de valoare pe baza cărora membrii unei comunități se pot orienta într-o societate dată, într-o epocă dată. Adică, conform formulării date de Stuart Hall: „cultura depinde deopotrivă de semnificațiile și valorile alcătuite de diferitele grupuri și clase sociale, care se bazează pe condițiile și relațiile istorice date și prin intermediul cărora aceste grupuri și clase «prelucrează» propriile caracteristici și

¹⁸ Jean-Claude Passeron: *Consommation et réception de la culture. La démocratisation des publics*, in Olivier Donnat, Paul Tolila (dir.): *Le(s) public(s) de la culture*. Presses de Science Po, Paris, 2003, 361-390.

¹⁹ Hannah Arendt: *op.cit.*

reflectează asupra acestora; respectiv depinde de tradițiile și practicile trăite care întruchipează și exprimă aceste «semnificații mutuale».”²⁰

Prezenta strategie culturală respectă spiritul concepției sus detaliate, împărtășește principiul pluralității culturii. În cadrul obiectivelor și programelor propuse cultura coacșionează cu distracție și experiențe culturale.

²⁰ Stuart Hall: Cultural Studies: Two Paradigms /1980/, in *Essential Essays. Vol 1. Foundations of Cultural Studies*. Duke University Press, Durham – London, 2019, 47-70.

III. Planificare comunicativă

Metodologie

Pe parcursul reînnoirii strategiei am urmat metodologia planificării comunicative. Proiectarea comunicativă, este una dintre teoriile moderne ale proiectării, comunicarea dintre indivizi și grupuri de interese, diferite discursuri, procesele de comunicare sunt punctul central în procesul de planificare. Aceasta este o versiune mai fundamentată a planificării participative în teorie. Se compune din două părți: planificarea participativă și participarea socială.

Cercetările și datele regionale anterioare se regăsesc în strategia propusă pentru reînnoire.²¹În procesul de planificare, actualizare au fost organizate mai multe consultări, din aceste discuții reiese că evaluarea de atunci este extinsă și precis, valabilă și azi, sarcinile anterioare trebuie să fie incluse în continuare, dacă aceștia respectă principiile orizontale ale strategiei reînnoite. Respectarea principiilor orizontale rezultă un sistem eficient din punct de vedere al costurilor, crește satisfacția părților interesate pe termen lung. Datorită planificării comunicativă și a conceptul de „dezvoltări centrate pe om”, obiectivele reînnoite sunt clare și concrete.

Teoria proiectării comunicative a fost dezvoltată în detaliu în operele specialistului britanic în planificare urbană, Petsy Healey, contribuția sa în domeniu fiind indispensabilă în literatura de specialitate anglo-saxonă. Bineînțeles în ceea ce privește interpretarea și necesitatea comunicației, Healey se bazează pe bazele teoretice dezvoltate ale lui Jürgen Habermas, fapt care asigură posibilitatea utilizării generale ale acestei metode de planificare. Instrumentul cel mai important pe care am folosit de-a lungul muncii, a fost metoda grupului focus, pe parcursul aplicării căreia am urmărit manualul de șase volume ale autorilor David Morgan și Richard Krueger, intitulat *The Focus Group Kit*.

²¹Vezi Strategia de Dezvoltare Culturală a Județului Harghita pe perioada 2013-2020 <http://ccenter.ro/ro/informatii-publice/> (punctul 11.)

Metodele folosite:

1. „Atelier de viitor”,
2. Grupuri focus,
3. Consultări tematice și moderate cu părțile interesate,
4. Evenimente dedicate transferului de cunoștințe,
5. Ateliere de planificare,
6. Chestionar online bilingv (Google Forms),
7. Dezbateră publică substanțială a strategiei.

Prin focus-grup ne referim la o procedură calitativă în care un moderator vorbește cu un grup mic despre un subiect de interes pentru strategie. Grupul este format de obicei din 8-15 persoane preselectate cu caracteristici socio-economice similare, unde - în cazul optim - experiențele și emoțiile participanților stimulează cealaltă persoană (dinamica grupului), iar diferențele și interesele diferite intră în centrul atenției.

Atelier de planificare, atelier viitor este o metodă de vizionare ideală bazată pe consens este pentru cei implicați, ajută la formularea unor idei specifice pe un subiect dat. Fiind un instrument creativ de creare a strategiei, care ajută la definirea și clasificarea problemelor, dezvoltă obiectivele strategiei și sistemul complex de sarcini care oferă soluții la problemele identificate.

În planificare a participat patru grupuri interesate:

1. Reprezentanții instituțiilor culturale și artistice din județul Harghita;
2. Politicieni-specialiști și factori de decizie politică;
3. Reprezentanții organizațiilor și instituțiilor active în domeniul culturii și artelor;
4. Populația județului Harghita.

Consultările numeroase și planificarea deschisă a confirmat că cultura este un factor important în viitorul județului Harghita și că există spirit inițiativ pe care pot baza politicile culturale ale județului.

Ținând cont de pandemie, consultările, atelierele de planificare și discuțiile de tip focus grup au avut loc în spațiul online. Soluția tehnică aplicată a fost aplicația Zoom. Planificarea

tematică a întâlnirilor , organizarea și invitarea participanților a fost realizată în cooperare cu Centrul Cultural Județean Harghita.

Propunerile individuale, instituționale formulate în cadrul consultărilor au fost încadrate în strategia culturală a județului, ca o sintetizare a ideilor strategice, astfel realizând un document care stabilește prioritățile politicii culturale care ajută la implementarea inițiativelor pe care părțile interesate au formulat, corelând cu politicilor culturale naționale și europene, respectiv cu posibilitățile bugetare.

Procesul de planificare se bazează pe cele două piloane ale planificării comunicative:

- I. Planificare participativă: consultări desfășurate cu persoanele și reprezentanții instituțiilor invitate, combinând evenimente regionale și tematice, respectiv cele privind transferul de cunoștințe, prin alegerea instrumentului potrivit (grup focus, atelier de planificare, viitor atelier, consultări facilitate etc.).
- II. Participare socială: invitații din faza participativă au fost invitați să participe și în această fază de proiectare (chestionar, dezbatere publică). Publicând online aceste instrumente, era posibil și participarea populației județului.

Planificare participativă

Planificarea participativă este un proces de planificare bazat pe implicarea părților interesate, planificat și structurat, în care părțile interesate sunt implicate activ de la început procesului de planificare (evaluarea situației, stabilirea obiectivelor, identificarea activităților etc.) având posibilitatea să comunice nevoile și sugestiile, astfel încât să poată identifica obiective sau soluții consensuale. Intervenția comunității a fost asigurată prin următoarele instrumente: serie de ateliere facilitate (moderate), discuții de planificare, consultări. Scopul sesiunii de facilitare, a fost de a mobiliza comunitățile în direcția implicării comunitare.

Prin utilizarea instrumentelor participative în planificarea strategică a fost asigurată instituțiilor, factorilor de decizie, profesioniștilor și actorilor culturali și artistici, inclusiv antreprenorilor, să participe la elaborarea strategiei, întrucât oamenii activi în domeniu sunt cei mai buni experți din domeniu.

La consultări au fost invitate 479 persoane, dintre care 296 au participat activ și și-au format opinie. Discuțiile au fost organizate de-a lungul următoarelor probleme:

- A) cum își formulează propriile obiectivele, cu ce fel de rezultate se pot identifica în cea mai mare măsură;
- B) cât de conștient este relația actorilor cu consumatorii culturii, cu publicul;
- C) care este opinia lor în legătură cu finanțarea culturii, armonia dintre diferitele logici de dezvoltare ale instituțiilor și ale unităților administrativ-teritoriale;
- D) cum își aleg mijloacele de comunicare, și cât de conștient este utilizarea acestora, dacă au acces la soluții profesionale;
- E) care sunt cele mai importante blocaje în calea dezvoltării în domeniul respectiv;
- F) cum se prezintă pentru ei problema rezilienței și nu numai în contextul pandemiei;
- G) ce fel de narrative există cu privire la autenticitate, la valori și cum disting valorile de formele mai puțin valoroase, care eventual tind chiar spre kitsch;
- H) există sau în ce măsură poate să existe în mod autentic o identitate regională sau județeană, dacă aceasta are un fundament adecvat sau poate să fie validă din punct de vedere istoric;
- I) care este atitudinea actorilor față de tradiție și inovație, respectiv problema interferenței dintre aceste sfere tematice în diferitele domenii și ramuri ale culturii;
- J) care este relația dintre valorile populare și urbane, rurale și urbane, înalte și populare din punctul de vedere al participanților;
- K) ce fel de înrebări specifice sunt formulate din partea elitului cultural român.

Organizarea evenimentelor, consultărilor participative poate fi împărțită în două etape:

În prima fază, au avut loc următoarele evenimente participative: (după subiect, în ordine cronologică, 15 întâlniri):

1. clarificarea sistemului țință interior al procesului de planificare;
2. interpret invitat: dl. János Schneller (organizator de evenimente culturale, istoric de artă din Budapesta) a împărtășit exemple practice bune ale posibilităților de socializare a artei contemporane;
3. atelier de viitor: cu participarea reprezentanților Consiliului Județean Harghita și instituțiilor culturale subordonate CJH;

4. întâlnire regională: regiunea Ciuc cu implicarea părților interesate, despre particularitățile regiunii;
5. întâlnire regională: regiunea Gheorgheni cu implicarea părților interesate, despre particularitățile regiunii;
6. întâlnire regională: regiunea Odorhei cu implicarea părților interesate, despre particularitățile regiunii;
7. nevoile și observațiile reprezentanților diferitelor instituții culturale și organizații neguvernamentale română;
8. cultura populară fiind unul dintre punctele forte ale județului Harghita: păstrarea și transmiterea tradițiilor populare, utilizare;
9. interpret invitat: Dr. Tamás Kiss, sociolog: prelegere despre rezultatele și metodele unei cercetări anterioare privind consumul cultural din România și Transilvania;
10. educație culturală: posibilități de educare a tinerilor să devină consumatori de cultură;
11. noi programe și inițiative: programele inovatoare din județ;
12. grupuri de auto-cultivare, comunități de auto-organizare și oportunitățile lor;
13. sinergiile dintre cultură și turism, cultură și gastronomie: autenticitate, multilingvism, oferte culturale, oportunități gastronomice, infrastructură;
14. oportunitățile și provocările artelor contemporane și ale industriilor creative;
15. consolidarea cooperării interinstituționale, dezvoltarea infrastructurii instituționale, îngrijirea vieții culturale rurale, efectul stimulator economic al culturii.

Evenimente, consultări în faza două

Concluziile primei runde participative au fost validate, a avut loc elaborarea primei versiuni ale propunerilor privind sistemul țintă și identitatea, propuneri instituțional-manageriale, respectiv bugetare. A urmat organizarea atelierelor de proiectare, pe lângă beneficiar, au participat conducătorii instituțiilor relevante ale județului, fiind invitați și conducătorii instituțiilor-cheie în producerea și propagarea culturii și a erudiției.

Evenimente, consultări de participare în faza două (după subiect, în ordine cronologică, 4 atelier de proiectare):

- 1 dezbateri în limba română;
- 2 obiective și priorități strategiei culturale, /sistemul țintă și identitate;
- 3 propuneri organizatorice și instituționale, /probleme instituțional-manageriale;
- 4 finanțare și resurse (buget).

Pe baza rezultatelor celor patru evenimente versiunea preliminară a fost supusă unor modificări semnificative, datorită cărora au apărut numeroase subprograme, respectiv și alte rezultate, în mod special recunoașterea caracterului prioritar al serviciilor de bază și al infrastructurii de bază, respectiv asumarea unor posibilități regionale care depășesc limitele județului.

Prin urmare, metoda este complexă, implică mai multe etape și reprezintă un sistem dezvoltat special pentru acest tip de planificare în măsura în care rezultatele participării au trebuit să se conformeze și următoarelor trei aspecte:

- I. să se conformeze cerințelor privind „dezvoltările centrate pe om” indicate în orientările dezvoltării județene, conform cerințelor formulate de conducerea județului în toamna anului 2019 și reprezintă principalul element al strategiilor economice și rurale;
- II. să fie în armonie cu principiile teoretice ale strategiei cu privire la pluralitate, deschidere, inovație, respectiv implicare și principiul participării;
- III. să corespundă obiectivelor generale ale politicilor publice în contextul politicilor culturale ale județului, ale României și ale Uniunii Europene.

Politica culturală a UE subliniază următoarele priorități:

1. Domeniul social – exploatarea potențialului cultural și a diversității culturale pentru coeziunea socială și bunăstare
 - promovarea creativității culturale în cazul cetățenilor europeni, punând la dispoziție o gamă largă de activități culturale și oferind oportunități de participare activă;
 - încurajarea mobilității în cazul profesioniștilor din sectoarele culturale și creative, precum înlăturarea obstacolelor din calea mobilității;

- protejarea și promovarea patrimoniului cultural european ca resursă comună, creșterea gradului de conștientizare a istoriei și valorilor comune, precum consolidarea unui sentiment de identitate europeană comună.
2. Domeniul economic – încurajarea creativității culturale în cazul educației și inovației, precum crearea locurilor de muncă pentru o creștere garantată
- promovarea artei, culturii și a gândirii creative în cazul educației și a formării profesionale de tip formal și non-formal, precum și în cazul învățării de-a lungul întregii vieți;
 - încurajarea unor ecosisteme care sunt favorabile pentru sectoarele culturale și creative, facilitarea accesului la surse de finanțare și capacități inovative, precum promovarea colaborării intersectoriale și a unui program cu premii pentru autori și creatori;
 - promovarea abilităților cerute de sectoarele culturale și creative –inclusiv cele digitale, antreprenoriale, tradiționale și speciale.

Strategia, a fost elaborat conform specificațiilor locale și prin participarea actorilor regionale – este în corelare cu aceste două priorități ai UE.

Alte aspecte care sunt în conformitate cu programul de acțiune culturală al UE:

1. promovarea digitalizării;
2. internaționalizare în cadrul UE;
3. consolidarea aspectelor de patrimoniu cultural;
4. planificare și implementare comunicativă care se bazează pe participare.

Strategia pentru cultură și patrimoniu național va expira în 2022, însă versiunea actualizată a strategiei este în armonie cu prioritățile acestuia, în special pe următoarele domenii:

1. Durabilitate și recuperare
2. Consolidarea economiei creative
3. Prezentarea diversității culturale

Participare socială

Asigurarea participării sociale are o importanță deosebită în cazul fiecărei planificări strategice. Am considerat esențială asigurarea participării sociale în contextul strategiei culturale a județului fiindcă în trecut nu a avut loc o asemenea consultare, nici în context județean, nici în cel regional.

Sondaj prin chestionar în etapa planificării

Instrumentul de participare aplicată în contextul pandemiei, a fost un chestionar online bilingv, creat cu ajutorul Google Forms, facilitat prin publicitate Facebook, cu scopul accesului cât mai larg.

Principalele rezultate ale chestionarului:

1. Ne-a interesat caracterul activ-non-activ al atitudinii față de cultură. Conform ipotezei noastre, atitudinea față de cultură în județul Harghita nu este pasivă, exclusiv receptivă, ci dimpotrivă, este activă și autonomă atât pe plan individual, cât și pe cel comunitar. Din acest motiv am pus următoarea întrebare: „Care dintre activitățile de mai jos ați experimentat sau practicați și în prezent”. Activitățile următoare au obținut un procentaj de peste 20%:
 - a. Literatură, poezie
 - b. Meșterșuguri artisanale
 - c. Dansul;

Activitățile prezentate mai jos au obținut peste 15%:

- d. Actorie
 - e. Canto
 - f. Instrumente muzicale
 - g. Gastronomie
 - h. Fotografie
2. Din punctul de vedere al analizei răspunsurilor ne-a preocupat gradul de implicare și domeniile vizate în cazul celor care au răspuns la întrebările

chestionarului. „Cât de des ați participat la evenimente culturale?”. Cele mai frecventate domenii semnalate au fost:

- a. Dans popular: mulți au participat săptămânal sau lunar
 - b. Teatru, concert: de obicei lunar, sau mai rar
3. Am formulat o întrebare și în privința consumului cultural cu caracter receptiv: „La ce evenimente culturale ați participat mai mult decât o singură dată până acum?”, obținând următoarele rezultate:
- a. muzeul, teatrul și zilele orașului apar într-un procentaj de peste 75%
 - b. pelerinajul, spectacolele de muzică populară și zilele satului figurează cu un procentaj între 70-75%
 - c. cu privire la respondenți, este foarte caracteristic faptul că proporția celor care participă la ateliere de creație și tabere de creației este de peste 20%
4. Pentru o imagine mai amplă, este necesar să cunoaștem obiceiurile din trecut, ci și așteptările consumatorilor culturali. Astfel am inclus următorul întrebare: „La ce evenimente culturale ați participa în viitor?” În această privință am constatat că:
- a. în peste 50% apar următoarele domenii:
 - i. Teatru
 - ii. Cinematograf (un element nou, popular)
 - iii. Expoziție de fotografie
 - iv. Spectacol de dans popular
 - v. Zilele orașului
 - vi. Festivaluri gastronomice (un element nou, popular);
 - b. aceste evenimente apar într-o proporție mult mai mică decât în întrebarea referitoare la trecut, adică consumatorii de cultură, păstrând obiceiurile actuale, sunt receptivi la elemente noi. Astfel, în răspunsurile lor apar deopotrivă concertul simfonic, teatrul de păpuși și festivalele care reprezintă valori mai ridicate, decât în cazurile anterior semnalate.

5. Pictură, statueta, carte, album de artă cel mai important articol este cartea, statueta și pictura fiind de o importanță neglijabilă. În același timp, mai mult de jumătate dintre persoanele care au completat chestionarul cumpără lunar carte.
6. Respondenții cumpără lunar sau anual bilet sau abonament de teatru, între rândurile lor concertele sunt mai populare, decât spectacolele de dans popular. De regulă se duc rar la muzeu, iar nici cumpărarea obiectelor de artă populară și de artă plastică nu este o caracteristică relevantă.
7. Desigur, dincolo de participare activă și receptare, respectiv de consum cultural, din punct de vedere economic și în contextul marketing-ului trebuia să ne raportăm și la gradul de mulțumire al respondenților. Accentul era pus asupra faptului dacă consumatorul este satisfăcut cu anumite lucruri, ci în ce măsură consideră că indicatorii formulați (exprimând anumite dispoziții, senzații sau opinii) exprimă atitudinile respondenților față de viața culturală a județului. „Cum considerați că este viața culturală a județului Harghita? Vă rugăm să indicați în ce măsură sunteți de acord cu cele de mai jos!”. Rezultatele arată următoarea configurație:
 - a. În jur de 30% sunt nemulțumiți cu oferta sau cu conținutul (nu este de calitate înaltă, nu este prea variată, nu este atrăgătoare, etc.), adică există provocări pentru implicarea unor consumatori noi.
 - b. Tradiția/ tradiționalul reprezintă un element fundamental al vieții culturale a județului. Cu această afirmație s-au identificat mai mult de 80% dintre respondenți și în conformitate cu acest aspect în opinia majorității, viața noastră culturală nu este modernă (cu toate că este actuală, nu este modernă).
 - c. Este necesar îmbunătățirea comunicației și diseminării informațiilor.
 - d. Respondenții din mediul rural și din Miercurea Ciuc a evaluat mai negativă viața culturală la domiciliu.

8. Întrebări referitoare la evaluarea succesului, importanței și atractivității din punct de vedere turistic ale unor evenimente culturale:
- a. Din punctul de vedere al turismului de cel mai mare succes se bucură:
 - i. Festivalurile de artă,
 - ii. Evenimentele religioase,
 - iii. Târgurile de artizanat;
 - b. Evenimentele locale mici sunt considerate, de asemenea, foarte importante, însă nu sunt spectaculoase și de aceea nici nu au cel mai mare succes;
 - c. Cele mai spectaculoase evenimente din județ sunt festivalurile de artă.
9. Respondenții au fost intervievați și în legătură cu domeniile culturale care ar merita să fie arătate turiștilor, în această listă fiind incluse și unele evenimente noi: „În opinia Dvs., care domenii culturale pot fi cele mai atractive pentru turiștii străini?.” Cele mai importante fiind:
- a. Festivaluri de gastronomie,
 - b. Festivaluri de muzică,
 - c. Târguri de meșteșuguri și tradiții,
 - d. Festivaluri All Arts.
10. Cu privire la turismul cultural respondenții transmit organizatorilor următoarele mesaje:
- a. marketing mai eficient.
 - b. comunicare multilingvă.
 - c. informare actualizată.
 - d. organizarea programelor care oferă experiențe inedite.
11. În ceea ce privește răspunsurile date la întrebarea: „La care dintre evenimentele culturale județene ați participat mai mult decât o singură dată până acum?”, răspunsul situat pe primul loc nu este deloc surprinzătoare:
- a. 79% au participat la pelerinajul de Rusalii din Șumuleu Ciuc,
 - b. Alte evenimente populare:

- i. Ziua Celor o Mie de Fete Secuiene;
- ii. Zilele Județului Harghita;
- iii. Lăsata secului – eveniment județean.

c. Celelalte evenimente nu sunt semnificative din punctul de vedere al gradului de participare, dintre acesta făcând parte evenimente mai mici, de interes local (evenimentele organizate de unele comune) sau evenimente destinate unor categorii aparte, dintre care două merită să fie subliniate:

- i. Festivalul Muzicii Vechi din Miercurea Ciuc,
- ii. Întâlnirea Ansamblurilor de Dans Profesionale Maghiare din Transilvania

12. Viața culturală a tuturor localităților din mediul rural este vie, intensă, însă este nevoie de ajutor și pe acest plan: „În ce măsură sunteți de acord cu următoarele afirmații cu privire la stimularea vieții culturale rurale?”.

- a. Există un consens în ceea ce privește opinia că pentru populația rurală trebuie asigurată accesibilitate la serviciile culturale din mediul urban. Această opțiune are o susținere de aproape 90%, iar 60% dintre respondenți sunt total de acord cu acest aspect
- b. 75% dintre respondenți sunt de acord că spectacolele de teatru, de dans din orașe ar trebui să se deplaseze și în sate.
- c. Cui îi revine responsabilitatea organizării vieții culturale în mediul rural? În mod ciudat mai puțin instituțiilor județene și nici primăriilor. Aici presupunem că respondenții revendică caracterul autoorganizator al artei și al culturii, considerând sarcina actorilor culturali.

13. „Cum a fost afectat consumul Dvs. de cultură de mutarea evenimentelor în spațiul online?”, la care au răspuns 90% dintre persoanele care au completat formularul. Se poate constata că proporția consumatorilor de cultură în spațiul online este peste 60%. În același timp, aproape 40% nu știu despre evenimentele online sau nu participă la acestea.

14. Lansările de cărți și serile de lectură pot fi transferate cu succes în spațiul online, însă spectacolele de teatru și majoritatea altor evenimente

culturale nu pot fi mutate, cel puțin conform experiențelor trăite de către respondenți. Nu putem afirma că nu există soluții teatrale, muzeale și pedagogice potrivite, însă acestea încă nu sunt accesibile în oferta culturală județeană.

15. Am pus o altă întrebare referitoare la așteptările consumatorilor în privința culturii: „Ce înseamnă pentru dumneavoastră cultura de calitate? Alegeți cel mult 5 răspunsuri.”

- a. Muzică clasică, dans popular, expoziție de artă plastică figurează într-o pondere de peste 40%, adică prin cultură de calitate respondenții înțeleg în primul rând artă înaltă.
- b. Lansările de carte, respectiv festivalurile ating nivelul de 30%.
- c. Distracția, adică cântecul popular, jazzul, muzica ușoară figurează cu un rezultat de peste 20%.
- d. Cântecele, manelele și muzica de petrecere sunt excluse aproape în întregime din sfera culturii de calitate.

16. Cultura contribuie la consolidare identității noastre și la întărirea comunității locale. Cele mai populare valorile culturale sunt următoarele: (patrimoniu construit, pelerinaj, diferite evenimente)?

- a. Pelerinajul de Rusalii de la Șumuleu Ciuc,
- b. Moștenirea de cântec și dans popular,
- c. Universitatea de vară Tusványos,
- d. Festivalul de Muzică Veche din Miercurea Ciuc,
- e. Castelul Lázár din Lăzarea.

17. Am verificat receptivitatea față de cultura română, romă și armeană. Am constatat următoarele:

- a. 40% dintre respondenți resping cunoașterea culturii române, iar 30% resping cunoașterea culturii rome și în proporție puțin mai scăzută sunt cei care sunt indiferenți față de cultura armeană. 62% consideră că au nevoie de festivaluri la care în paralel sunt programe în mai multe limbi și reprezentând valorile diferitelor culturi (română, maghiară, romă).

- b. Conform evaluării respondenților, caracterul viu, activ și participativ al culturii este un punct de vedere esențial. Conform opiniilor exprimate sunt necesare următoarele:
 - i. Spații de creație comune, deschise;
 - ii. Pub-uri și cafenele culturale;
 - iii. Evenimente care implică publicul;
 - c. De cea mai mare susținere s-a bucurat ideea organizării unor evenimente care să atragă turiștii străini: mai mult de 85% dintre respondenți sprijină această idee, majoritatea lor absolută fiind total de acord cu aceasta.
18. Revitalizarea culturii prin participare și incluziune, voluntariatul: 61% dintre respondenți sunt dispuși să participe la organizarea evenimentelor culturale fără nicio remunerație.
19. Majoritatea respondenților sprijină educația culturală a tinerilor și a copiilor, în cadrul școlii, dar și extra-curricular, înțelegând prin aceasta în mod predominant elementele culturii populare, dar se remarcă și teatrul, și literatura, apar și artele virtuale.

Chestionarul a fost accesibil online respondenților în perioada între 12 -19 noiembrie 2020. Publicitatea Facebook aferentă chestionarului a ajuns la 33.905 de persoane, adică 10% din populația județului a fost informat în mod direct despre posibilitatea consultării. 620 de persoane au început completarea chestionarului, dintre care 437 au și finalizat, probabil că am fi obținut un număr mai mare de răspunsuri în cazul în care am fi lucrat cu un număr mai mic de întrebări, eventual am fi pus întrebări puțin mai simple.

În concluzie, putem afirma că chestionarul a fost completat în primul rând de persoane active în domeniul culturii. Din răspunsurile reiese că evenimentele bazate pe tradițiile populare sunt importante și că viața culturală rurală constituie prioritate. Rezultatele arată, că consumatorii de cultură sunt deschiși, curioși de evenimente noi, consumatorii activi de cultură nu s-au desprins de cultură nici în timpul pandemiei.

Dezbaterea publică a strategiei

Versiunea consultativă a strategiei culturale a județului Harghita a fost disponibil online între 12-20 decembrie 2020. Cu ajutorul paginii Facebook Hargita2030 a ajuns la 11.847 de persoane.

Dezbaterea publică a strategiei a fost organizată online, folosind aplicația SurveyMonkey, au fost invitate direct, prin e-mail acele persoane care au participat la una dintre activitățile a procesului de planificare.

Pentru exprimarea opiniilor a fost oferită trei opțiuni:

- încărcarea unei fișier pentru exprimarea unor punct de vedere oficială pentru reprezentanții diferitelor instituții;
- comentariu detaliat în formular;
- evaluare scurtă referitor la obiect, programe și bugetul propus.

În total, au fost primite 28 răspunsuri, două treimi dintre respondenți sprijină măsurile propuse în strategie.

Luând în considerare mențiunile primite din partea unor instituții și persoane fizice, conținutul strategiei a fost modificată în 16 puncte. Fără aceste feed-backuri, procedura de consultare nu ar fi avut succes, propunerile au contribuit în mare măsură la calitatea strategiei.

IV. Analiză teritorială

Repartizarea teritorială a serviciilor și activităților culturale

Unele servicii culturale pot fi accesate relativ ușor în interiorul județului, altele însă sunt foarte polarizate. În numeroase cazuri urmăresc un model caracteristic unor teritorii, din acest motiv este importantă abordarea teritorială a problemei: populația nu conștientizează neapărat lipsa vreunei servicii, dacă acestea nu există nici în comunele învecinate.

Cultura nu este o entitate sine-stătătoare, ci conform afirmațiilor politice și a consultărilor de tip focus grup, are efecte și asupra turismului: unii turiști vizitează județul Harghita fiindcă le atrage posibilitatea de acces la valorile noastre culturale. Totuși s-au formulat și obiecțiuni în legătură cu acest aspect, deseori pe bună dreptate.

La începutul lunii decembrie 2020 am efectuat o evaluare cu privire la acest aspect, care se concentra în principal asupra vizibilității:

- Ce este cunoscut pe plan local?
- Ce este cunoscut conform bazelor de date naționale?
- Ce este în vizorul turiștilor?

Pe parcursul evaluării am utilizat următoarele baze de date:

- <http://ghidulmuzeelor.cimec.ro/>;
- <http://www.cultura.ro/sites/default/files/inline-files/LMI-HR.pdf>;
- căutare pe internet (prin motorul de căutare Google, utilizând numele localității și cuvinte-cheie în legătură cu evenimentele aferente).

În evaluarea noastră am mai luat în considerare anumite informații în cazul în care aceștia au provenit de la primării: precizările cu privire la conținutul strategiei datorează foarte mult acelor primari, viceprimari, referenți responsabili pentru cultură sau alți funcționari care au ajutat evaluarea prin datele furnizate.

Rezultatele evaluării în primul rând au fost folosite în analiza teritorială.

Informațiile din bazele de dată a diferitelor instituții deseori nu corespund în totalitate cu informațiile oficiale și în anumite cazuri bazele de date județene sau naționale nu cuprind unele inițiative care funcționează în mod optim pe plan local. Pentru eliminarea contradicțiilor, informațiile din bazele de date oficiale și cunoștințele locale (colectarea informațiilor de la primăriile din județul Harghita, interviu telefonic) datele au fost prelucrate împreună.

Din consultările și din rezultatele chestionarului online reiese că este o prioritate inventarierea caselor sau căminelor culturale din mediu rural, care sunt potrivite pentru găzduirea diferitelor spectacole culturale.

Datorită faptului că s-au înăsprit regulile referitoare la respectarea normelor privind autorizarea executării lucrărilor de construcții, filtrul fundamental în această privință a fost dacă clădirile publice reabilite în ultimii cinci ani corespund normelor specifice de prevenire și stingere a incendiilor, adică dacă aceste clădiri sunt sigure, și dacă reabilitările au fost finanțate de Fondul European Agricol pentru Dezvoltare Rurală unde aplicanții au avut posibilitatea să utilizeze resursele pentru achiziții de echipamente și instrumente de iluminare scenică. În asemenea cazuri putem să presupunem că clădirile corespund și cerințelor privind destinația originală, sau în caz contrar în localitate sunt demnitari a căror preocupare este cultura, care pot fi convinși despre faptul că prin investiții suplimentare, mai mult sau mai puțin semnificative, pot să faciliteze ca aceste clădiri să îndeplinească funcția de instituție gazdă. Situația este încurajatoare fiindcă în ultimii 5 ani 40% dintre casele de cultură au fost reabilite, ceea ce înseamnă în total 73 de case culturale în mediul urban și rural, dintre cele patru municipii ale județului nici unul nu beneficiază de casă de cultură reabilitată: au avut loc cel mult reparații majore, însă nu a avut loc reabilitare completă.

Conform considerentelor menționate s-a realizat colectarea următoarelor date:

- muzee;
- case tradiționale, muzee cu program temporar de vizitare, colecții (inclusiv cele aflate în proprietatea bisericilor);
- case memoriale;
- galerii și săli de expoziție;
- monumente și ansambluri de monumente de categoria A și B;

- case de cultură, inclusiv cele modernizate;
- numărul turiștilor sosiți în localitatea respectivă (care sunt localitățile care atrag turiștii);
- unități de cazare (în ce localități atracția turistică este considerată exploatabilă de către deținătorii de capital privat);
- teatre;
- ansambluri profesioniști;
- trupe de dans (amatori);
- orchestre de fanfară (mai ales în mediu rural);
- trupe de teatru amatori;
- noi evenimente având vizibilitate online, ușor identificabile, altele decât cele tradiționale (adică în afara zilele satului, zilele orașului, evenimente religioase, serie de evenimente cu un parcurs decenal).

Pe plan județean am obținut următoarele rezultate:

- muzee: 8
- case tradiționale, muzee cu program temporar de vizitare, colecții (inclusiv cele aflate în proprietatea bisericilor): 42
- case memoriale: 18
- galerii de artă: 8
- monumente și ansambluri de monumente
 - A: 103
 - B: 492
- case de cultură, inclusiv casele de cultură reabilite
 - Total: 180
 - Modernizate: 73
- numărul turiștilor sosiți în localitatea respectivă: 237 mii
- numărul unităților de cazare: 420
- teatre: 3
- ansambluri profesioniști: 3
- trupe de dans (amatori): 118
- orchestre de fanfară: 38

- trupe de teatru amatori: 30
- noi evenimente cu vizibilitate online: 40

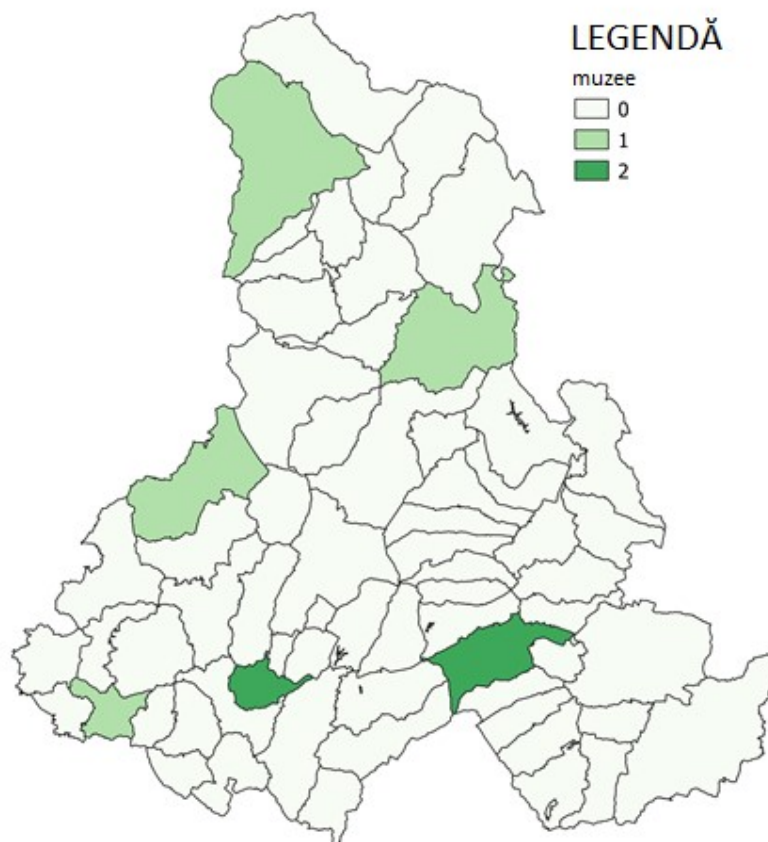
Pentru menținerea transparenței și caracterului analitic al hărților, denumirile localităților nu au fost marcate pe acestea. Denumirea unităților administrativ teritoriale însă, pot fi regăsite în capitolul IX. *Note și tabele.*

Harta 1 - Unități administrativ teritoriale a județului Harghita



Sursă: © Planificatio 2021

Harta 2— Muzee cu program de vizită permanent

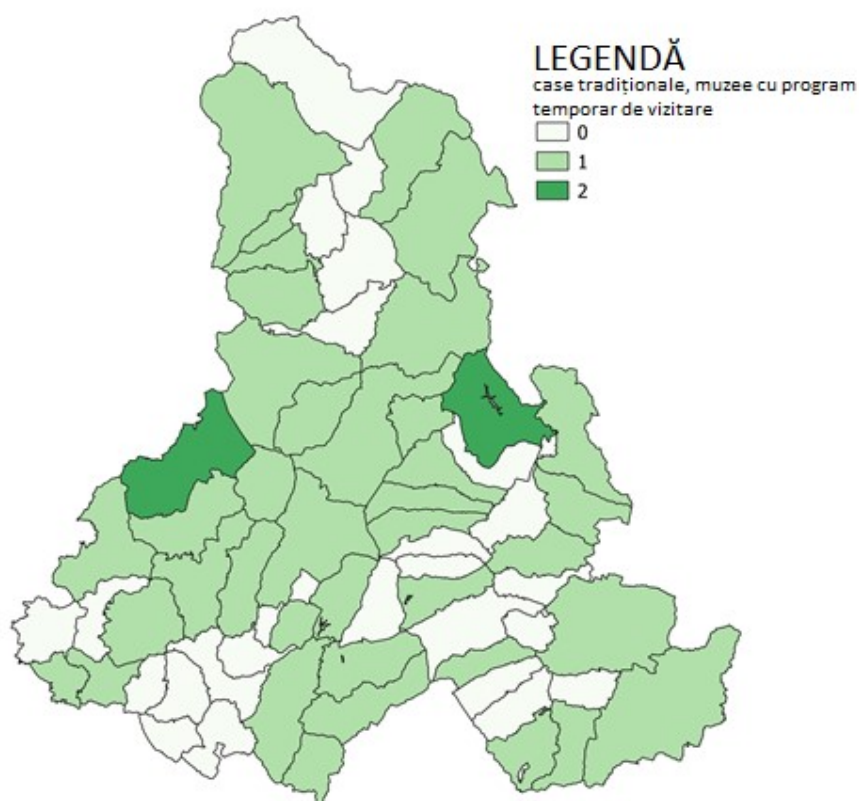


Sursă: © Planificatio 2020

În imaginea de mai sus se poate observa cât de scăzut este în județul Harghita numărul muzeelor cu program permanent de vizitare. Pe lângă acesta este de remarcat, că este foarte redus și numărul comunelor în incinta cărora funcționează galerii. Mai ales holul caselor de cultură sau alte săli amenajate adecvat, oferă locație expozițiilor de artă.

Existența magazinelor de obiecte artistice este deziderabil, aceste magazine ar constitui și surse de venit.

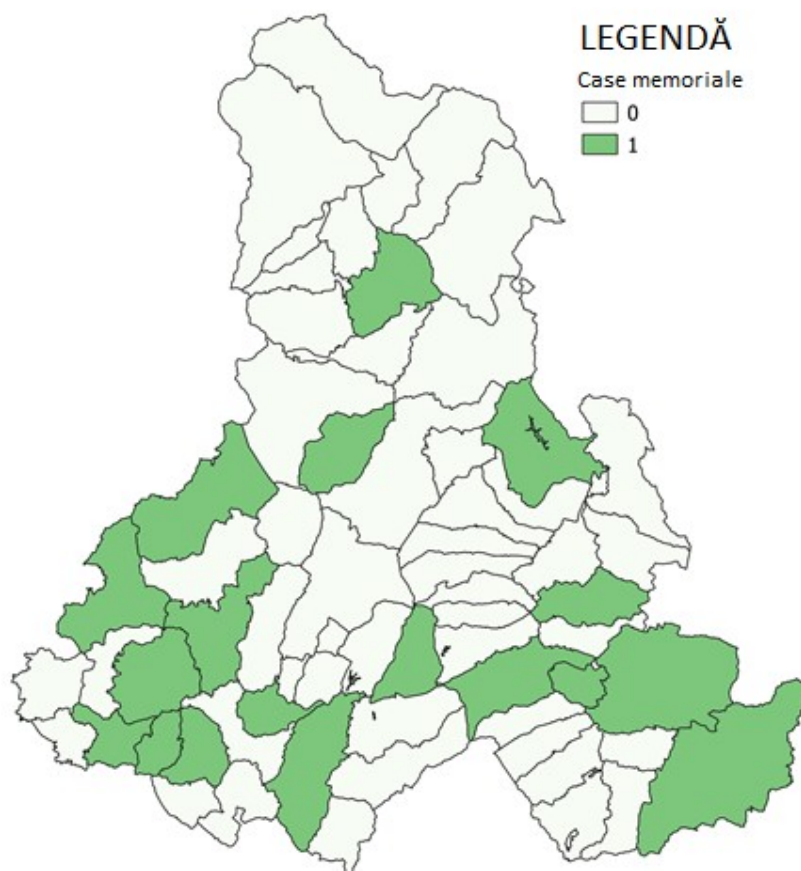
Harta 3 – Case tradiționale, muzee cuprogram de vizită periodic, colecții



Sursă: © Planificatio 2020

În zonele marcate cu verde ale județului Harghita funcționează case tradiționale, muzee cu program temporar de vizitare, colecții artistice. Ofertele acestor instituții nu sunt permanente și nu sunt ajustate sezonului. Un exemplu pozitiv reprezintă localitățile Sândominic și Praid, care servesc drept model pentru celelalte localități, în special pentru cele marcate cu alb, unde nu există nicio colecție vie. Scopul inițiativelor similare este cunoașterea și recunoașterea autenticității locale, care necesită o atitudine deschisă și cooperativă din partea comunității locale.

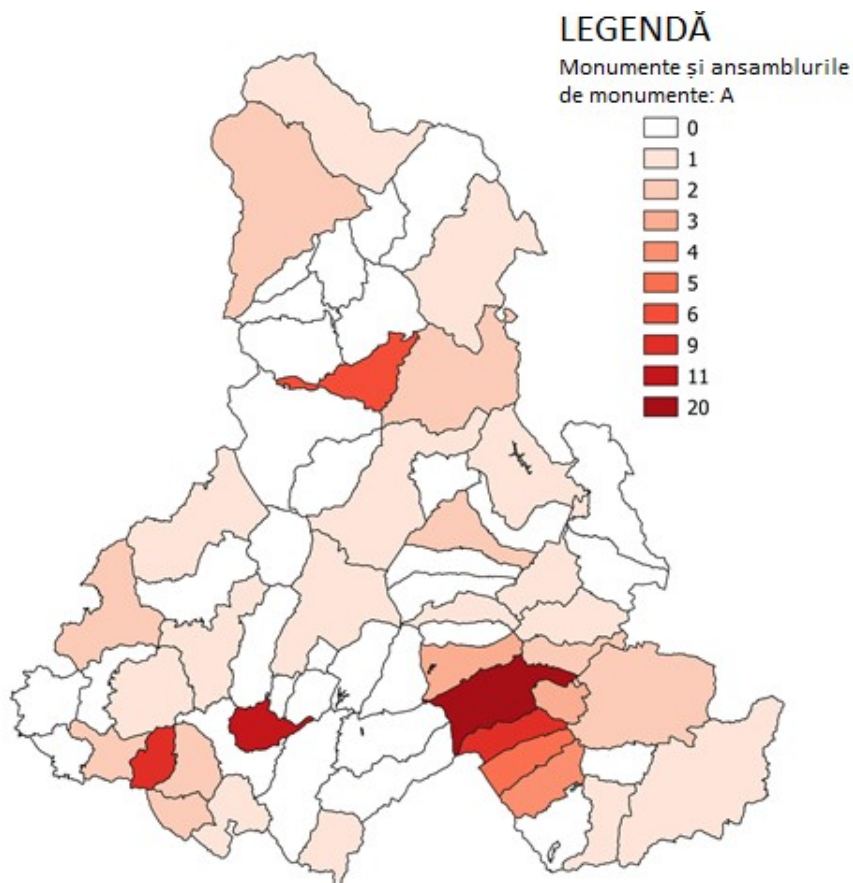
Harta 4 – Case memoriale



Sursă: © Planificatio 2020

Nordul județului se caracterizează în puțină măsură prin funcționarea caselor comemorative, acestea pot fi regăsite mai ales în zona orașelor Miercurea Ciuc și Odorheiu Secuiesc. Funcționarea caselor comemorative are un rol important: consolidează identitatea și întărește comunitatea locală. Revitalizarea caselor memoriale existente și crearea caselor memoriale noi sunt recomandate.

Harta 5 – Monumente și ansamblurile de monumente: A



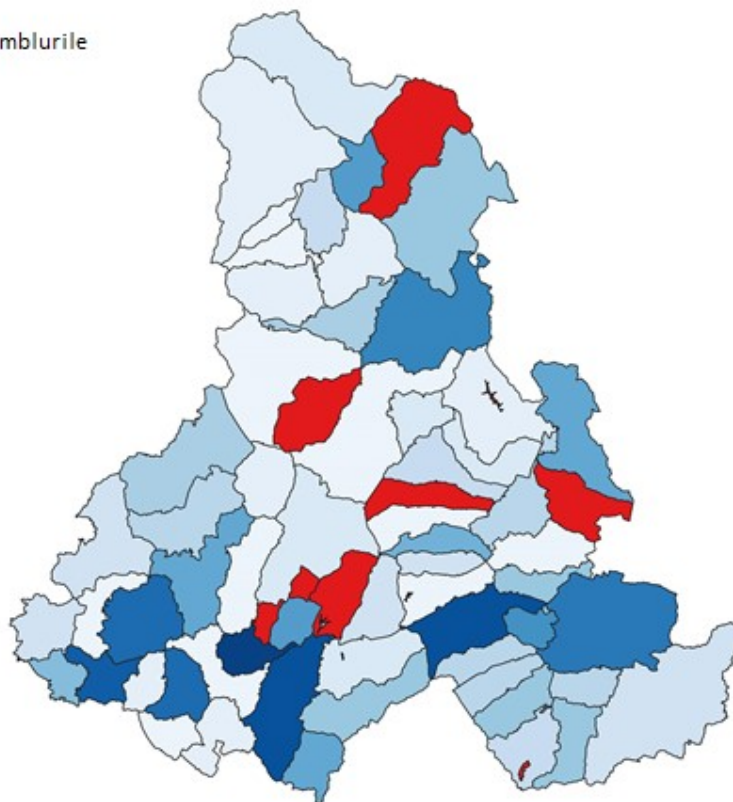
Sursă: © Planificatio 2020

Harta de mai sus reprezintă monumentele și ansamblurile de monumente de categoria A din cadrul programului de protecție a monumentelor, care au relevanță națională și internațională. Sunt ilustrate localitățile unde se manifestă un proces de densificare, și anume Dârjiu (face parte din patrimoniul UNESCO), Lăzarea, Miercurea Ciuc și zona acesteia respectiv Odorheiu Secuiesc. Se recomandă extinderea și actualizarea continuă a monumentelor, renovarea monumentelor, utilizarea clădirilor monumentale în turism și educație.

LEGENDĂ

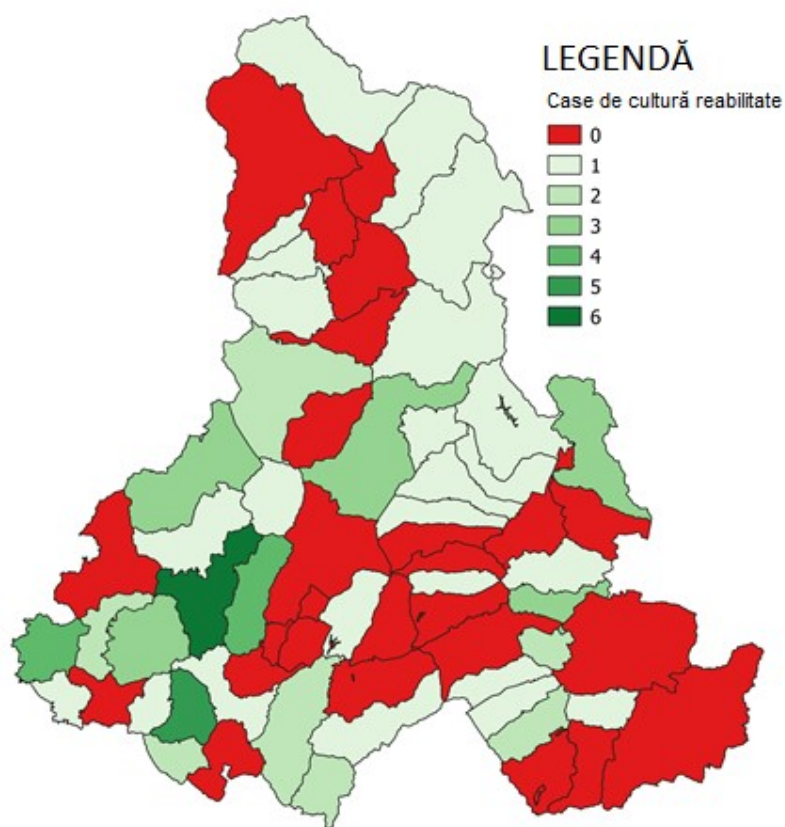
Monumente și ansamblurile
de monumente: B

- 0
- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 10
- 11
- 12
- 13
- 15
- 19
- 27
- 28
- 30
- 33
- 37



Sursă: © Planificatio 2020

Monumentele și ansamblurile de monumente de categoria B fac parte din patrimoniul arhitectural local. Se evidențiază că, cu excepția a șapte localități, într-un număr variabil, sunt prezente peste tot. Ar fi important să acordăm atenție sporită patrimoniului local care necesită o protecție reală. În continuare se recomandă identificarea ulterioarelor clădiri care aparțin acestei categorii, implicând instituțiile și autoritățile competente cu drept de decizie, în privința îndrumării profesionale: fonduri constituite în special pentru acest scop și asigurarea accesibilității acestor fonduri. Se recomandă actualizarea continuă a monumentelor, renovarea monumentelor, utilizarea clădirilor monumentale în turism și educație, ocrotirea și conservarea imaginii satului.

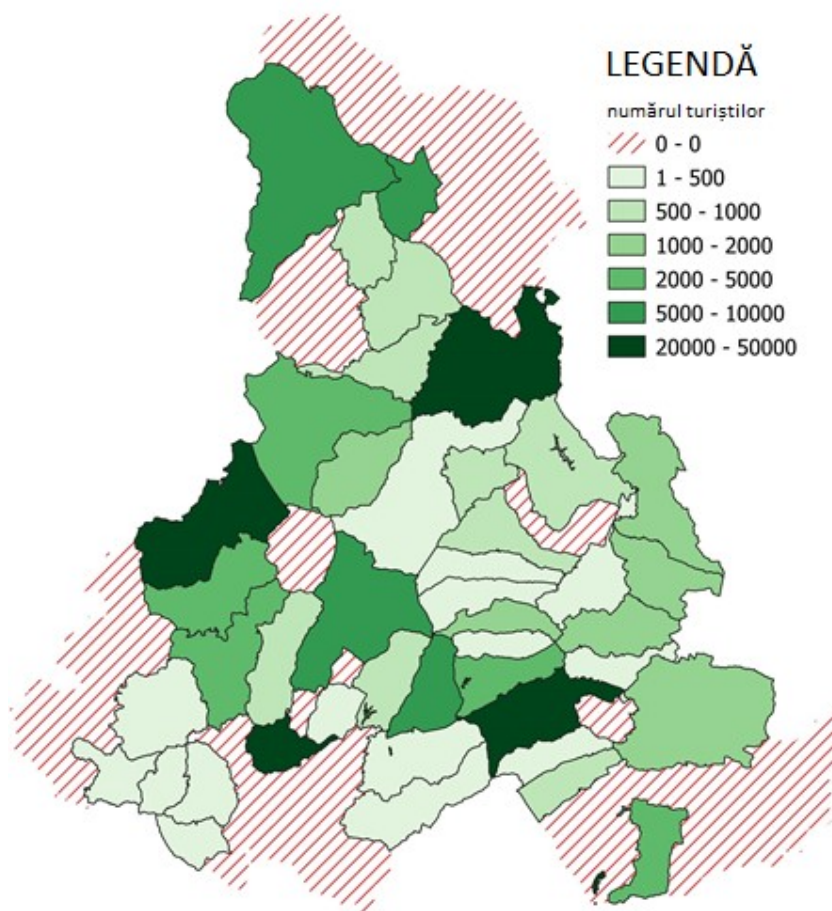


Sursa: © Planificatio 2020

În județul Harghita sunt mai multe localități care și-au reabilitat casele de cultură în ultimile 5 ani, dar există foarte multe care nu au realizat astfel de investiții. Între acestea se numără și municipiile județului, unde nu s-au efectuat investiții de acest gen în perioada analizată. În viitorul apropiat se va lua în considerare ca scop primordial modernizarea caselor de cultură, săli multifuncționale, reabilitarea caselor de cultură, în special în privința securității la incendiu.

În mediu rural casele de cultură sunt spații cultural-comunitare, pentru comunitățile locale constituie principiu să aibă un spațiu pentru diferite activități comunitare. Se recomandă sprijinirea grupurilor auto-educative locale și a diverselor evenimente.

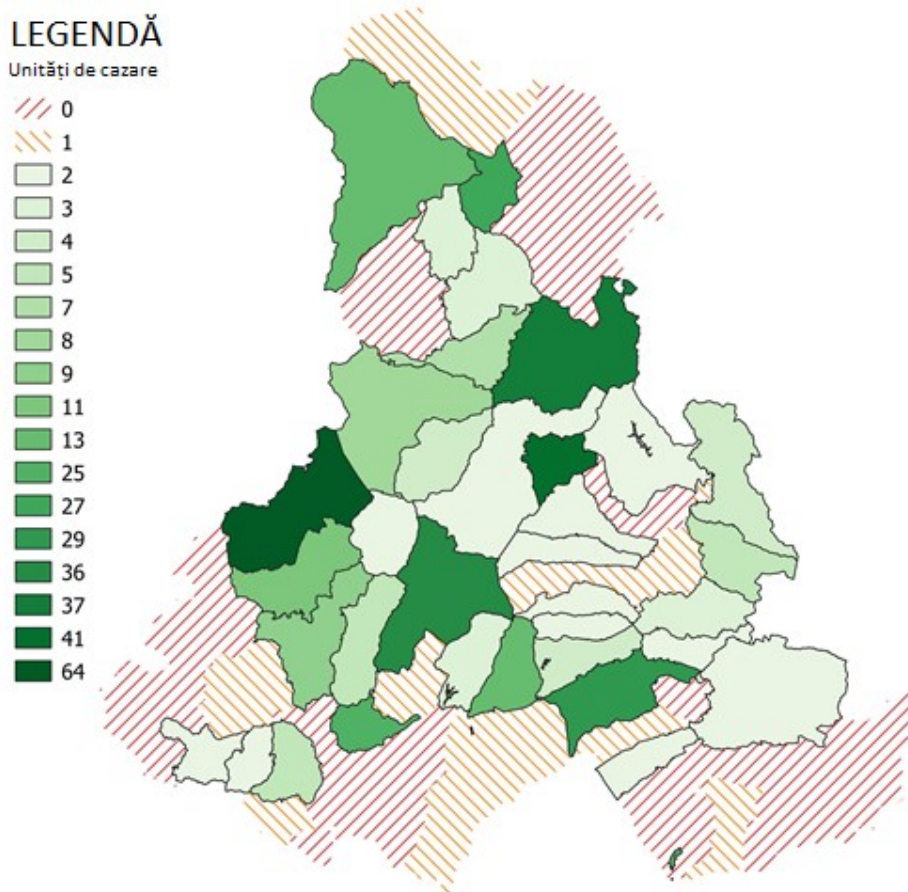
Harta 8 - Numărul turiștilor sosiți în localitatea respectivă



Sursă: © Planificatio 2020

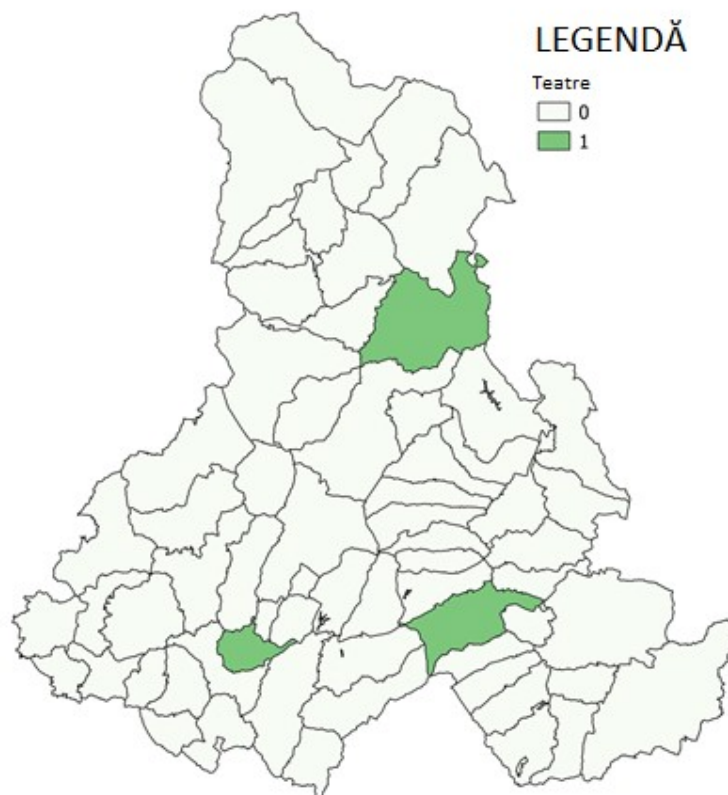
Conform datelor statistice oficiale în localitățile situate în periferia județului Harghita numărul turiștilor înregistrate oficial este zero. În localitățile unde funcționează structuri de primire turistică profesională, există și turiști înregistrați. Astfel de localități sunt municipiile județului, și Praid, Băile Tușnad și Borsec. Turismul există unde a existat și până acum, respectiv în localitățile unde se regăsesc stațiuni balneare. Analizând hărțile de mai sus, putem să tragem concluzia că turismul din județul Harghita nu este într-o relație strânsă și nu depinde de existența caselor tradiționale, muzeelor și a monumentelor de categoria A și B. Evaluând distribuția turiștilor în diferitele zone, se pare că ei nu vin cu scopul cunoașterii valorilor culturale locale construite.

Harta 9 - Numărul unităților de cazare



Sursă: © Planificatio 2020

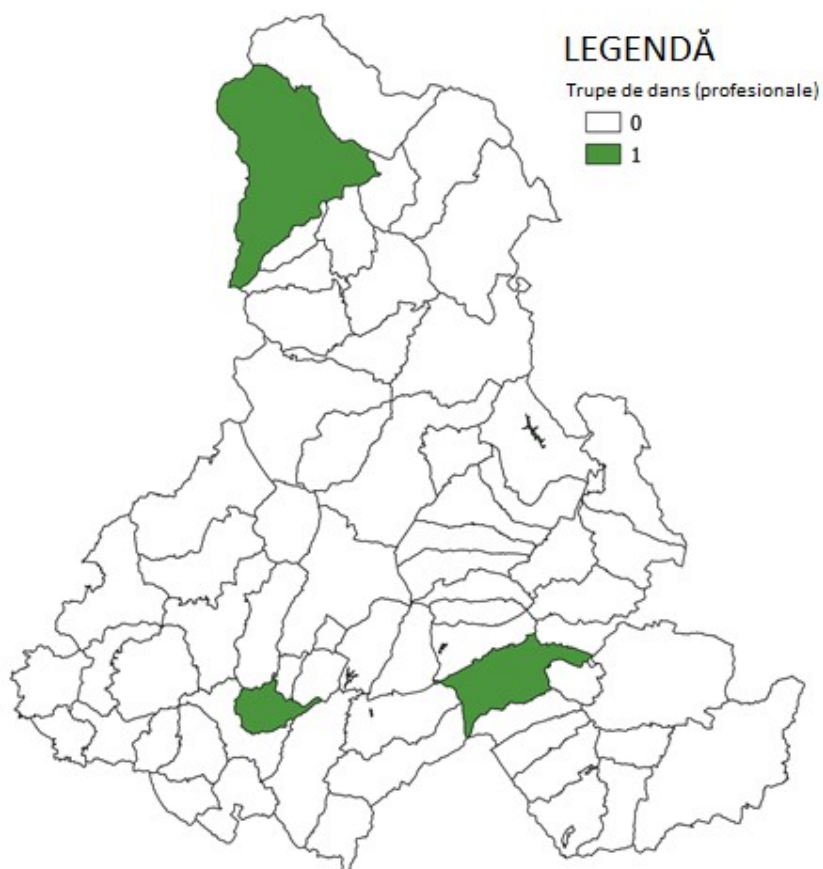
Pe harta de mai sus se vede că în zonele unde sosesc turiști, există și unități de cazare care funcționează oficial. Localitățile situate în periferiile județului tind să prezinte mai puțină prosperitate față de cele situate central. În ceea ce privește dezvoltările, considerăm ar fi importantă implicarea și mobilizarea sectorului privat, respectiv al capitalului privat.



Teatre: © Planificatio 2020

În momentul actual, în județul Harghita există trei municipii în care funcționează câte un teatru, și anume în Gheorgheni, Miercurea Ciuc și Odorheiu Secuiesc. Extinderea funcționalității teatrelor după cum urmează:

- teatrele să poată să acționeze ca instituții de primire, adică să dea loc și pentru spectacolele altor trupe de teatru și să asigure locație pentru diferite festivaluri;
- teatrul să participe activ în educația culturală;
- promovarea mobilității teatrelor, spectacole în așezări rurale, poziționarea teatrelor.



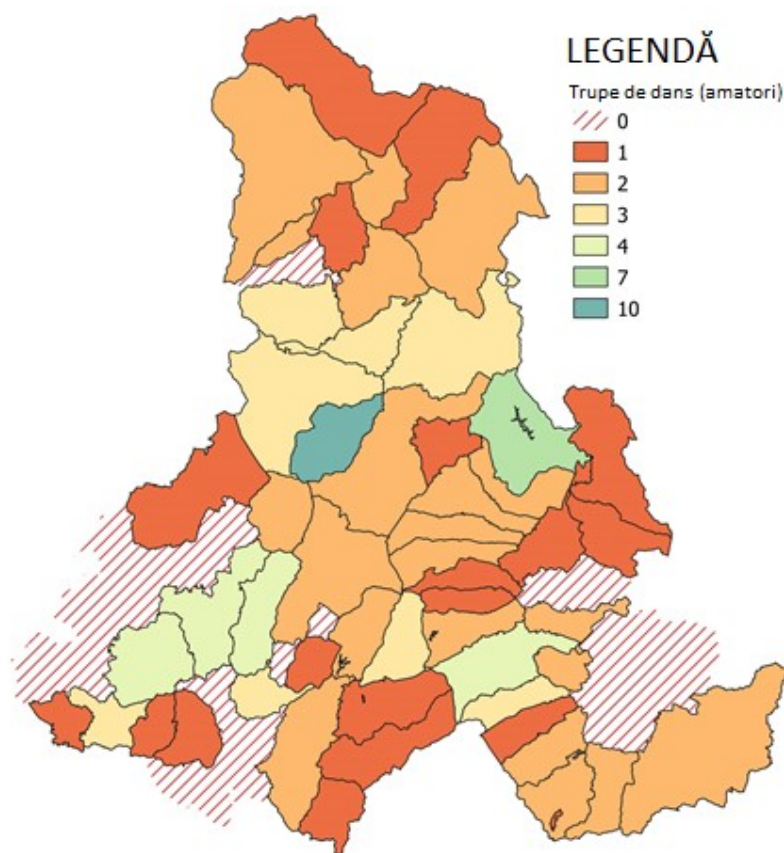
Sursă: © Planificatio 2020

În județul Harghita în momentul actual există trei ansambluri profesionale:

- în Miercurea Ciuc,
- în Odorheiu Secuiesc,
- în Toplița.

Din punct de vedere strategic este important ca până în anul 2030 să se înființeze un ansamblu profesional în fiecare municipiu, inclusiv și în Gheorgheni, care ar constitui o parte foarte importantă a vieții culturale din zona Gheorgheni. De asemenea, trebuie evidențiat rolul orașului Toplița, în sarcina căruia cade asigurarea sistemului cultural de limba română.

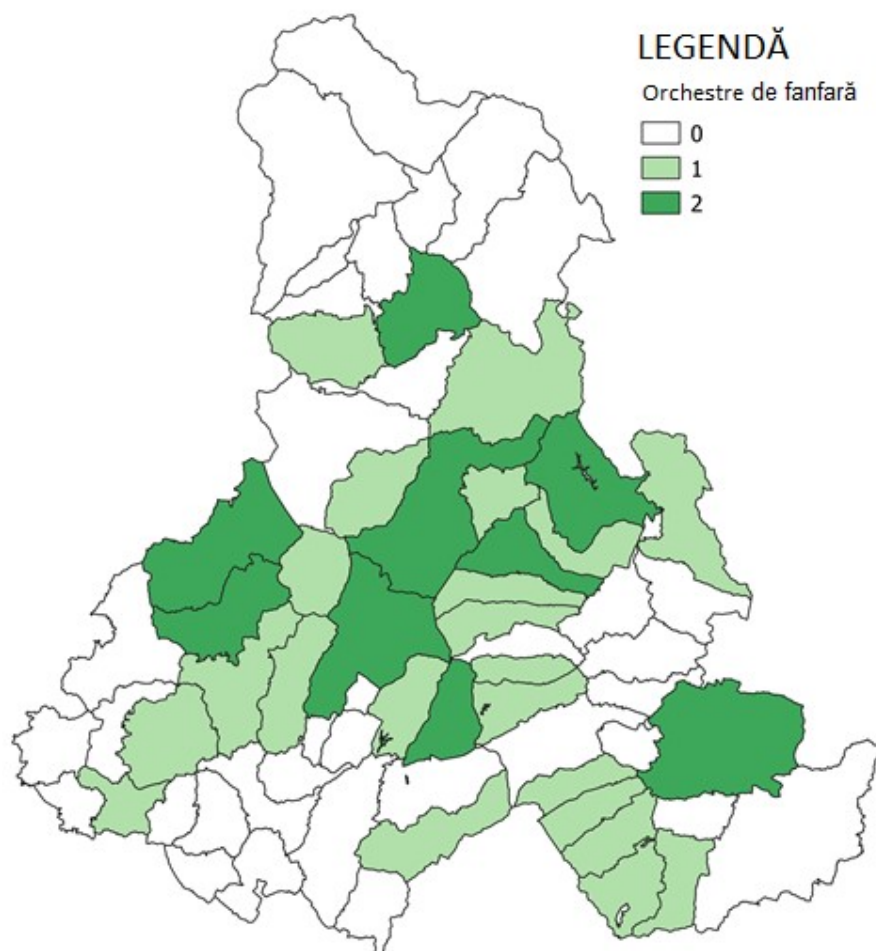
Harta 12 – Trupe de dans (amatori)



Sursă: © Planificatio 2020

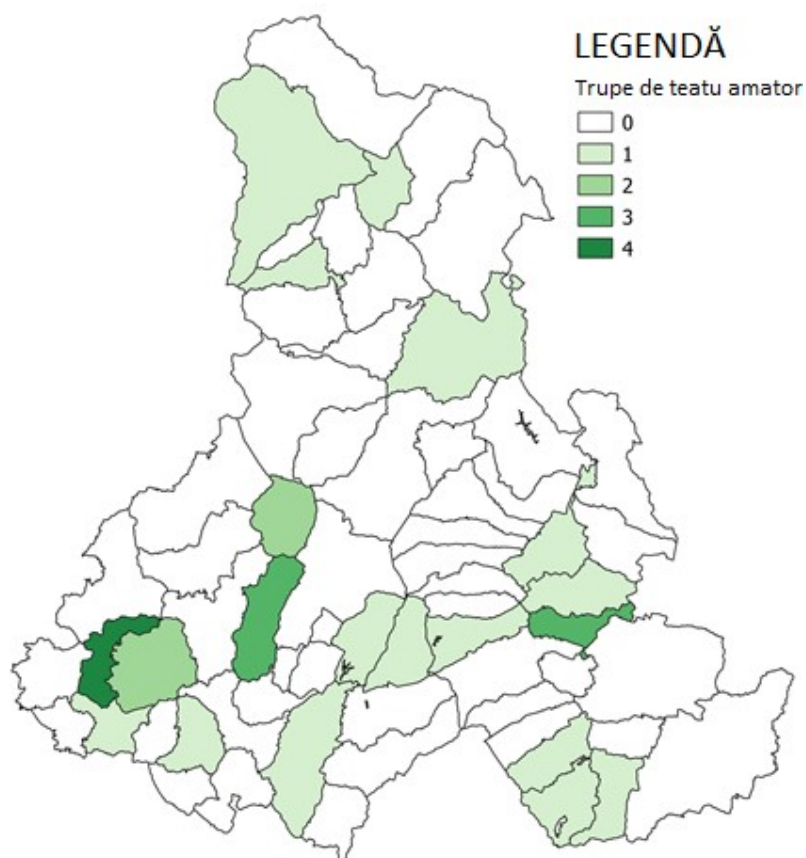
În ceea ce privește trupele de dans (amatori) se prezintă o imagine foarte pozitivă. În cele mai multe unități administrative există câte un trup de dans amator. Pe lângă municipii sunt multe comune în care găsim mai mult de patru trupe de dans amator, cum ar fi: Ciumani, Sândominic, Dealu și Lupeni. Și în acest caz are un rol important colaborarea zonală, pentru că ar fi nevoie cel puțin de un singur instructor profesional de dans în fiecare zonă, care ar instrui persoanele dornice să danseze. În această privință este necesar ca trupele de dans să stabilească relații cu centrul zonal. Spectacolele susținute de trupele locale de dans, dau viață și culoare evenimentelor de interes zonal.

Harta 13 – Orchestre de fanfară



Sursă: © Planificatio 2020

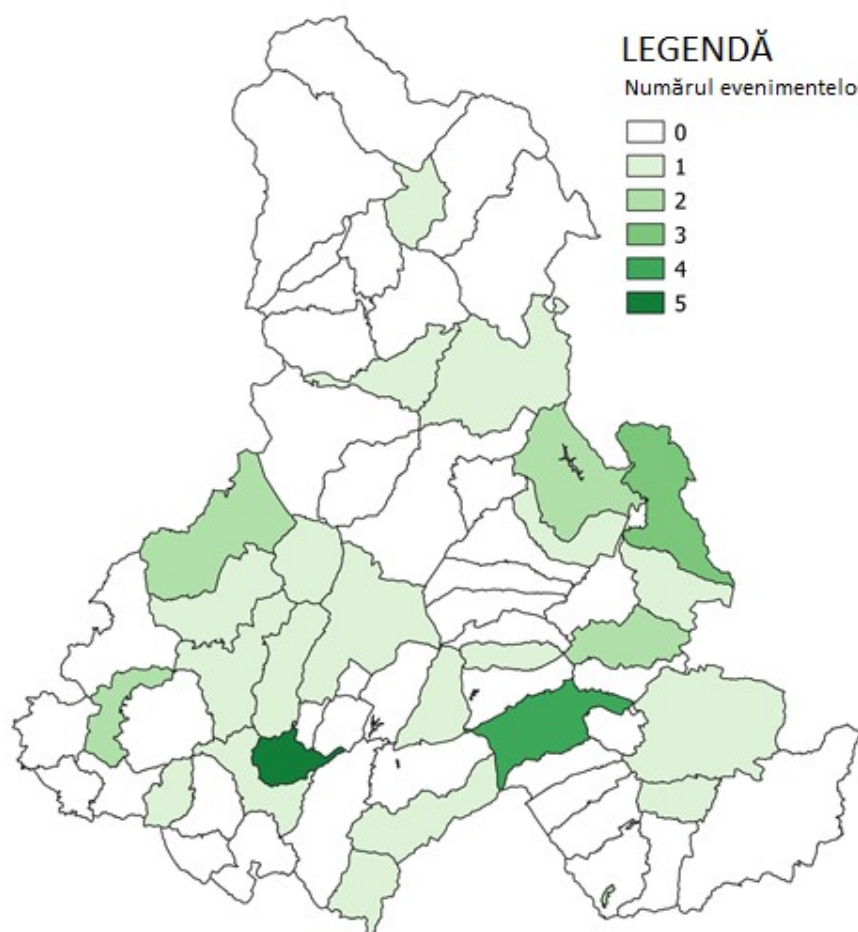
În privința orchestrelor de fanfară periferiile nordice și sudice ale județului sunt mai slab dezvoltate față de alte zone. Pe harta de mai sus se vede că în comunele situate în zona centrală există orchestre de fanfară (unu sau doi) care sunt active în viața comunelor. Prin organizarea evenimentelor zonale este posibil sporirea acestor orchestre, ameliorând, în același timp, și valoarea evenimentelor, căutarea soluțiilor de deplasare ale orchestrelor de fanfară.



Sursă: © Planificatio 2020

În privința trupelor de teatru amator se evidențiază zona Odorhei, dar există comune și în zona Ciuc și Gheorgeni unde funcționează trupe de teatru. În județ sunt trei comune în care sunt trei, sau chiar mai multe trupe: Avrămești, Dealu, Păuleni Ciuc. Este important de menționat că în comunele în care nu există trupe de teatru amator, se necesită promovarea acestei idei. Diferite festivaluri și evenimente oferă oportunitate pentru valorificarea talentelor locale, și totodată sunt o posibilitate de a promova zona.

Festivalurile cu o durată de una sau mai multe zile cu importanță zonală, în cadrul cărora se pot prezenta trupele de teatru amator din zonă, în fața celorlalte trupe și în fața publicului.



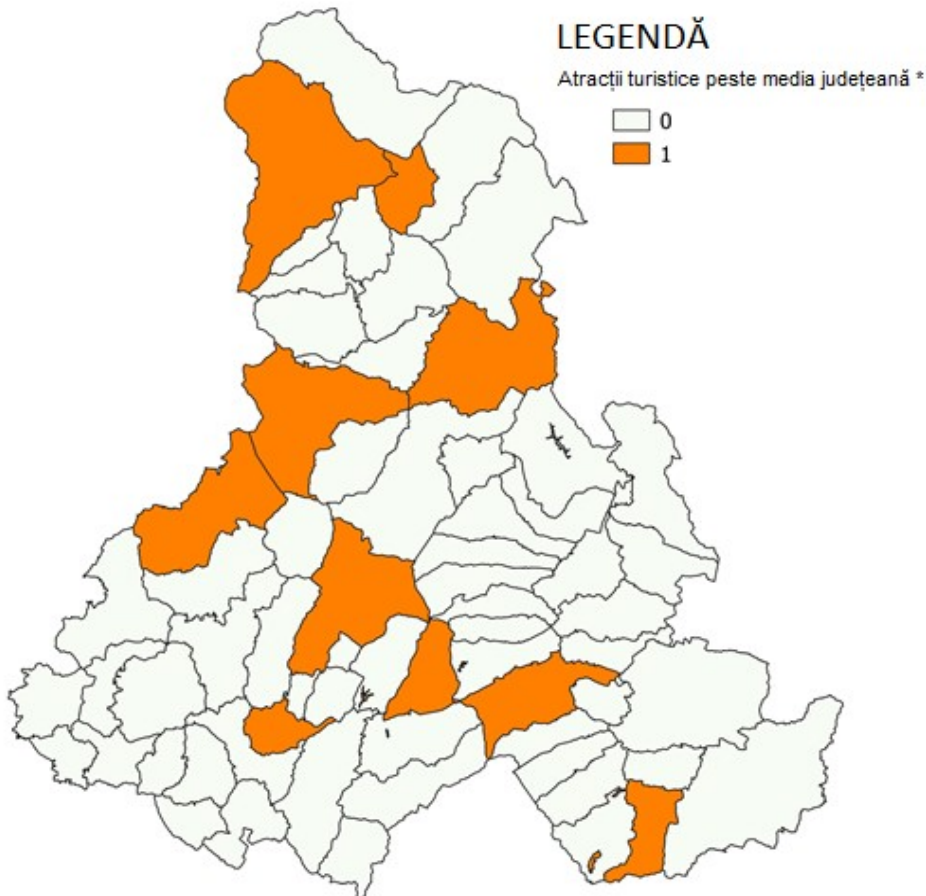
Sursă: © Planificatio 2020

Pe harta de mai sus se poate observa că la periferiile de nord și sud este foarte scăzut, în multe cazuri chiar nul, numărul evenimentelor organizate în ultimile 5 ani și comunicate în mod adecvat. Evenimentele promovate în mediul online sunt cele organizate în zona centrală a județului. Acest lucru nu înseamnă că în zonele marchate cu alb nu există noi evenimente, înseamnă mai degrabă faptul că promovarea acestora în mediul online nu este suficient concepută. Reședința de județ, respectiv Odorheiu Secuiesc se pot mândri de mai multe evenimente originale, inovative, care sunt ușor de găsit pe platforme online. În rândul comunelor este remarcabilă localitatea Lunca de Sus, având trei evenimente noi și comunicate în mod adecvat. Se recomandă promovarea evenimentelor noi, inovative și existente și în mediul virtual.

Rezumatul scopurilor stabilite în această secțiune:

- ✓ înființarea unor magazine de obiecte artistice, care asigură o retribuție pentru cei care realizează obiectele;
- ✓ înființarea, amenajarea caselor tradiționale și a muzeelor cu program periodic de primire, cu scopul de a întări comunitatea locală;
- ✓ revitalizarea caselor memoriale;
- ✓ monumente și ansambluri de monumente de categoria **A** și **B**:
 - inventarierea acelor construcții care merită într-adevăr să fie protejate;
 - lucrări de întreținere și restaurare: asigurarea sprijinului în procedurile de procurare a fondurilor necesare;
 - promovarea acestor monumente, cu scopul de a spori traficul turistic și utilizarea și în educație
- ✓ modernizarea caselor de cultură, săli multifuncționale, reabilitarea caselor de cultură, creșterea securității la incendiu;
- ✓ implicarea și mobilizarea sectorului privat, respectiv al capitalului privat, cu scopul de a spori dezvoltarea turismului;
- ✓ extinderea funcționării teatrelor:
 - posibilitate de a funcționa ca instituție de primire: găzduirea spectacolelor altor instituții teatrale;
 - conferirea unui rol zonal teatrelor existente (participare activă în educație culturală);
 - poziționarea teatrelor / orientare teatrală adecvată, în cursul organizării evenimentelor.
- ✓ un ansamblu profesional în fiecare municipiu inclusiv în Gheorgheni. Rolul orașului Toplița în susținerea sistemului cultural românesc.
- ✓ colaborare zonală și îndeplinirea unui rol zonal privind:
 - trupele de dans amator;
 - orchestrele de fanfară;
 - diferite formații de muzică clasică;
 - alte grupuri: artiști, scriitori contemporani, meșteșugari și artizani etc.
- ✓ promovarea trupelor de teatru amator prin festivaluri și evenimente:
- ✓ promovarea evenimentelor culturale în mediul online.

Harta 16 - Atracții turistice peste media județeană (min. 3453 turiști)



Sursă: © Planificatio 2020

Examinarea așezărilor din punct de vedere a numărului turiștilor (număr turiști peste media județului adică peste 3453 turiști). Așezările marcate pe hartă cu portocaliu, sunt acele așezări unde numărul turiștilor depășește media, în termenul criteriilor de evaluare localitatea cea mai bine dotată din punct de vedere cultural (adică indice cultural comunitar - ICC), primesc o stea. În 11 localități din județ sosesc turiști într-un număr care depășește pe cel mediu. Se evidențiază orașele cu stațiuni balneare, municipiile, respectiv în mediul rural: Zetea, Praid, Homorod-Băi (Vlăhița), Joseni și Cozmeni.

Acestea sunt așezările cu atracție turistică peste media județeană, adică unde există patrimoniu cultural remarcabil, comori naturale, cum ar fi Zetea – barajul Zetea, Praid -

Salina, Cozmeni – Băile Cozmeni, sau pe limba localnicilor Sószekefürdő, Lăzarea (comuna Cozmeni) – lacul Sfânta Ana. Numărul facilităților oficiale de cazare din aceste așezări este, de asemenea, ridicat.

Atragerea numărului actual de turiști sosiți în zonă nu necesită un efort deosebit: datele privind traficul turistic, în momentul efectuării analizei (decembrie 2020) nu depind de activitățile culturale locale, nici de numărul monumentelor din apropiere. Singura corelație viabilă este numărul unităților de cazare; vezi harta de mai jos.

Pe plan turistic noul grup de țintă trebuie să fie turismul cultural:

- religios,
- bazat pe tradițiile populare,
- noi festivaluri de înaltă calitate, care să vizeze drept populația-țintă și populația locală.

Propunem în toate zonele de deservire²²

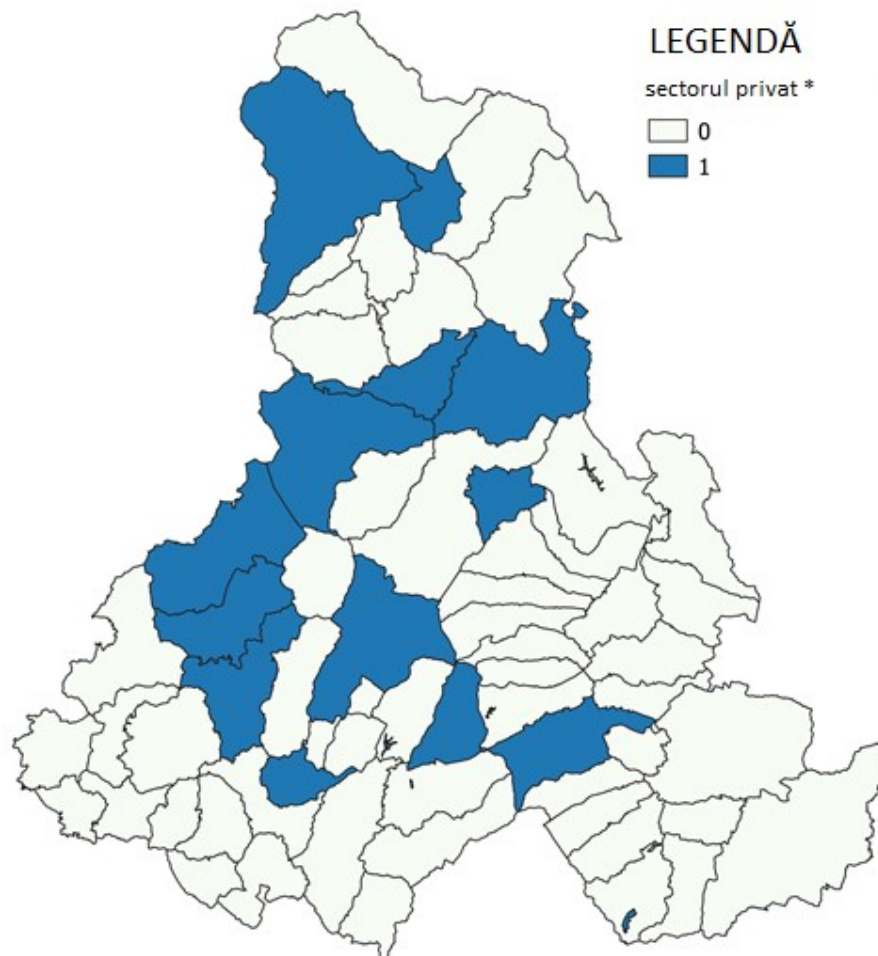
- trei festivaluri zonale pentru reprezentarea tradiției populare,
- un eveniment gastronomic.

Organizarea în județ a unui festival nou planificat pentru primăvară, trei pe timp de vară și unul toamnă (în armonie cu sezonabilitățile cerințelor turistice), la care turiștii ar putea sosi, de obicei la sfârșit de săptămână sau în perioadele de concediu.

- club de dans (nu pentru grupuri de țintă care sunt membrii activi ai festivalurilor de dans popular),
- gastronomie (bazat pe tradiții și produse locale),
- evenimente bazat pe meșteșuguri, artă populară, artizanat,
- festivaluri All Arts de înaltă calitate, cu grup țintă, inclusiv populația locală.

²²Zonă de deservire: Vezi Harta 22 – Zone de deservire în contextul planificării de dezvoltare teritorială a județului

Harta 17 - Unități de cazare peste media județeană (min. 6)



Sursă: © Planificatio 2020

Sectorul privat este pregătit pentru primirea turiștilor în mai multe localități față de numărul turiștilor sosiți, așadar mai există posibilități latente de dezvoltare în acest domeniu. Este evident că există localități în care ar putea răspunde cerințelor, așteptărilor turistice culturale, dar în aceste localități – de cele mai multe ori – numărul unităților de cazare este redus. Din punctul de vedere al planificării viitorului acest domeniu reprezintă o mare provocare.

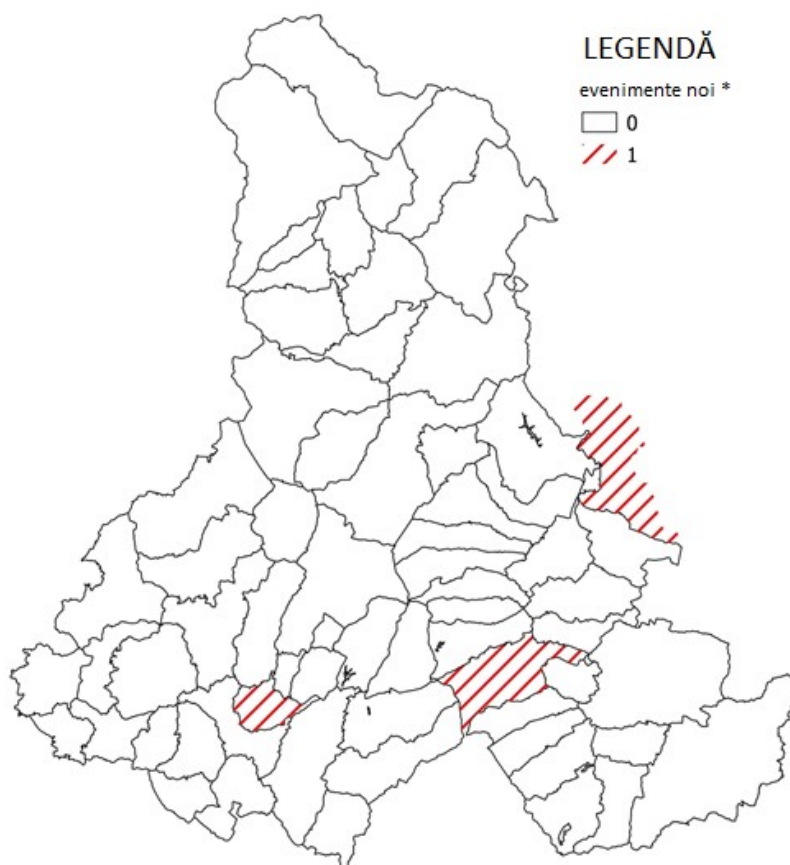
În același timp, pe baza tendințelor turistice putem afirma că numărul turiștilor nu mai crește în măsură semnificativă: este nevoie de noi grupuri țintă. Unul dintre acestea ar fi atragerea turiștilor interesați pentru programe și valori culturale: pentru acest scop trebuie însă depus eforturi, deoarece structura actuală turistică nu este pregătit pentru a exploata

această oportunitate. Este important ca pregătirea, planificarea dezvoltărilor turistice să se desfășoare cu participarea colaborativă a reprezentanților sectorului turistic și a sectorului cultural.

Turiștii intră din când în când în muzee, case tradiționale, vizitează monumente, dar acest proces în momentul actual este motivat de cerințele vizitatorului, și nu se vede infrastructura menită pentru îndeplinirea acestor cerințe. Această situație e valabilă pentru orașele noastre, dar și în satul Dârjiu, aflată sub protecția patrimoniului cultural UNESCO. Localnicii au parte mai ales de neplăcerile datorate statutului de monument istoric. Deși constituie parte a identității locale, monumentul nu este ușor accesibil pentru turiști.

Așezările în care numărul locurilor de cazare depășește media județului au fost cotate cu o stea, din punctul de vedere al ICC, acestea sunt așezările marcate pe hartă cu albastru.

Se recomandă să existe în fiecare comună, oraș, municipiu cel puțin o unitate de cazare cu angajament ferm față de valorile culturale.



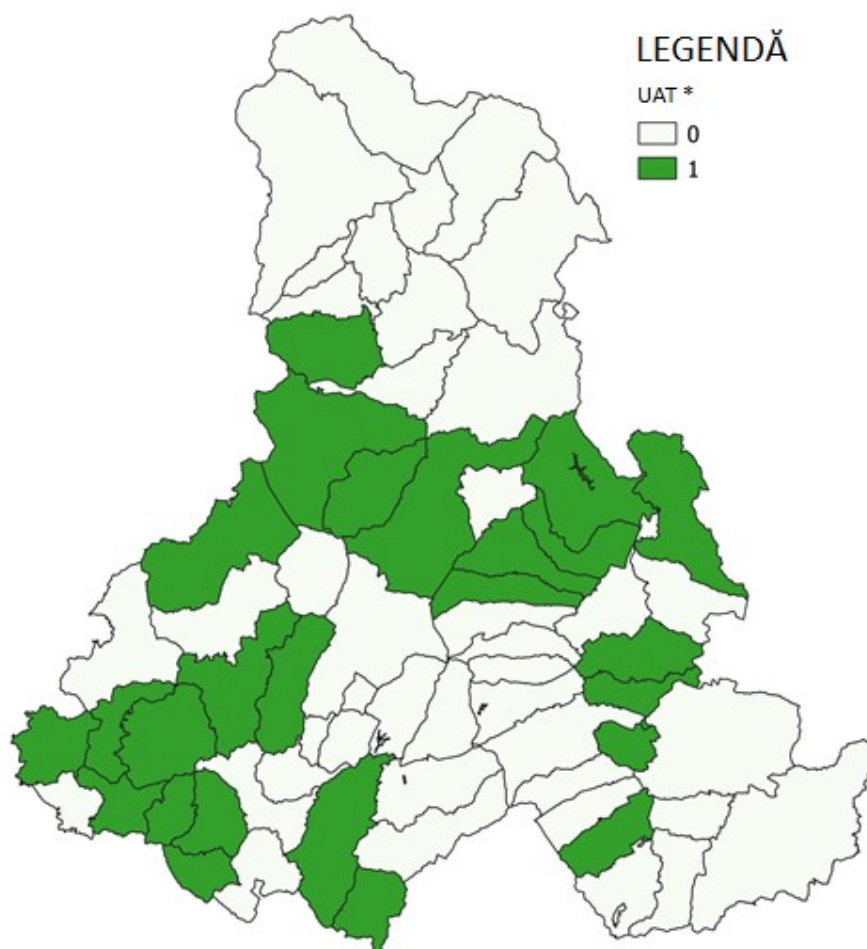
Sursă: © Planificatio 2020

Noi evenimente accesibile înseamnă evenimente noi, bine comercializate, comunicate în mai multe limbi, evenimente vizibile și în spațiul digital. Cercetarea se referă la așezări care folosesc oportunitățile online pentru mediatizarea evenimentelor, evenimente care ajung la mai mulți oameni, în mai multe limbi. Evenimentele care au loc în Miercurea Ciuc, Odorheiu Secuiesc și Lunca de Jos sunt ușor de găsit pe internet. Aceste trei localități se remarcă în mod deosebit pe plan județean. În sensul ICC, numai aceste trei așezări pot fi apreciate cu o stea. Strategia de comunicare în cele mai multe cazuri are ca scop promovarea minimă locală a evenimentului, broșuri, caiete de program de multe ori nu există, plurilingvismul este ocazional, astfel în această privință trebuie depuse eforturi de îmbunătățire.

Se recomandă ca în fiecare zonă de deservire să fie organizate câte trei evenimente având strategii de comunicare adecvate, eficiente, astfel ca informațiile referitoare la aceste

programe să fie accesibile (local și virtual) unui potențial turistic provenit din alte părți ale județului, respectiv turiștilor din țară sau din străinătate.

Harta 19 – Buget local cu o performanță superioară față de media județeană (min. 2 investiții publice sau colecții)



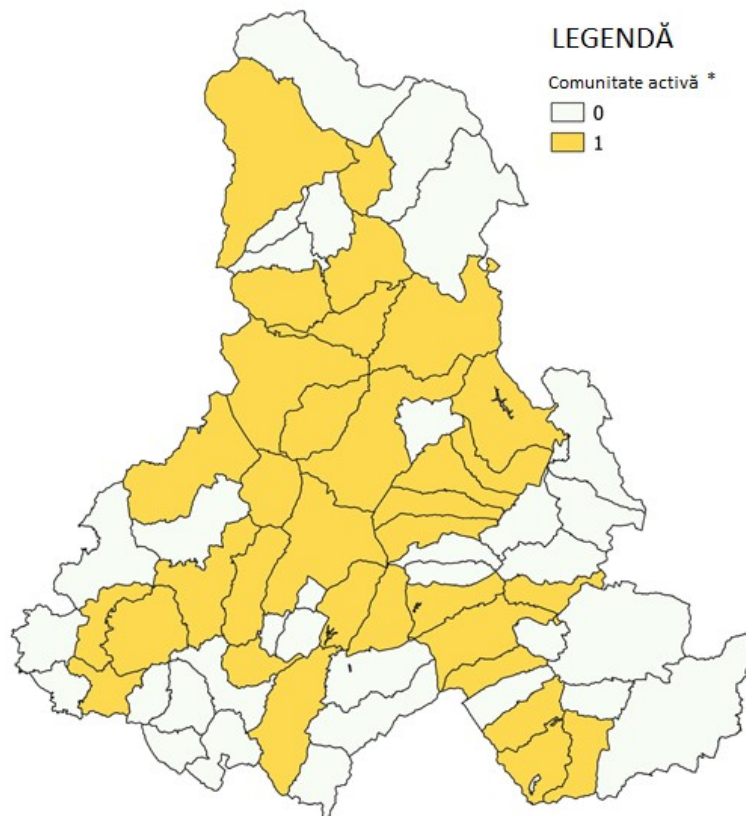
Sursă: © Planificatio 2020

Din analiza rolului sectorului public, examinând cota parte din bugetul local referitor la cultură (suma alocată culturii) în contextul mediei naționale. În sensul indicelui cultural comunitar - ICC nu au obținut nici un punctaj municipiile județului, pentru că asigură produse culturale numai pe măsura mărimii lor, fondurile acordate din bugetul lor pentru cultură nu depășește media generală națională. Consiliile locale ale localităților marcate pe hartă pun un accent deosebit pe dezvoltarea și asigurarea funcționării infrastructurii culturale aflată în administrarea lor. Acestea sunt localitățile unde, putem afirma univoc, că

se iau în considerare și se bazează deja pe valorile culturale. Celelalte localități trebuie să se conformeze la aceste tendințe.

În fiecare comună, oraș, municipiu să fie măcar o casă de cultură reabilitată, o bibliotecă, și în fiecare zonă de deservire câte o clădire pentru găzduirea la un standard ridicat a artelor spectacolelor.

Harta 20 - Comunitate activă: orchestră de fanfară, trupe de dans, trupe de teatru (min. 3)



Sursă: © Planificatio 2020

O comunitate poate să fie într-o stare culturală bună nu numai în cazul în care sunt mulți turiști sau casa de cultură este modernă, eventual sunt multe facilități de cazare în localitate. Din punctul de vedere al comunităților locale cele mai esențiale probleme sunt următoarele: ce evenimente poate să inițieze, la ce evenimente pot participa localnicii, dacă copiii au acces la cele mai elementare condiții ale educației culturale, dacă există trupe de dans, actori, muzicieni etc. În județ activează în medie trei grupuri civile autonome. În sensul ICC localitățile marcate cu galben sunt punctate cu o stea.

Obiectivul urmărit este: cinci activități comunitare pe localități, pe an, indiferent de numărul grupurilor civice.

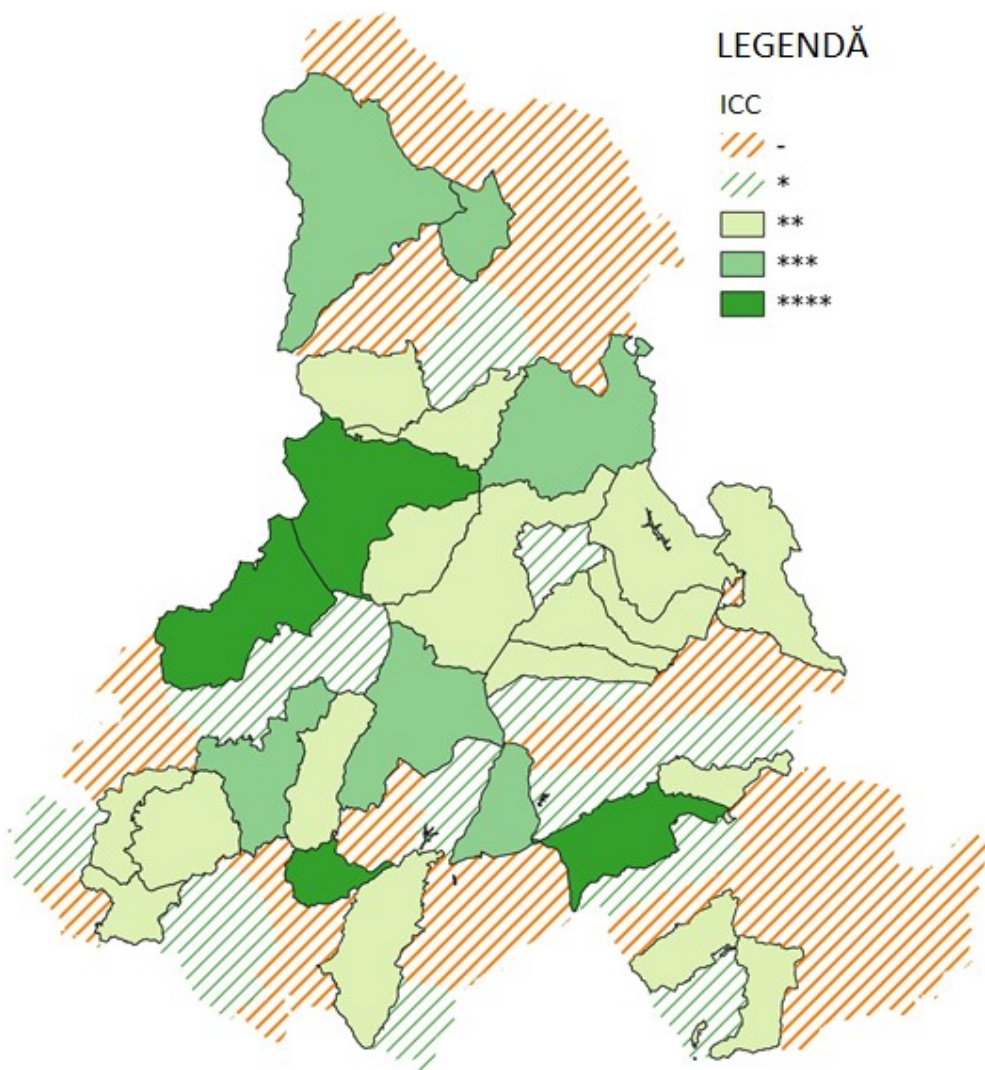
Am clasificat localitățile în cinci categorii, evaluând cu câte o stea localitățile care au o prestație peste nivelul mediu, numit **Indice cultural comunitar: ICC**. Conform acestor criterii localitatea cea mai bine dotată din punct de vedere cultural ar fi cu *****, însă nu am găsit niciuna care s-ar fi încadrat în această categorie. În cea mai bună situație sunt localitățile cu ****, adică:

- Odorheiu Secuiesc,
- Miecurea Ciuc,
- Joseni,
- Praid.

Menționăm că în mediul rural atingerea calificării cu *** poate fi considerată un rezultat bun, deci putem sublinia următoarele localități:

- Borsec,
- Vlăhița,
- Lupeni,
- Zetea.

Este un scop important ca să nu mai avem nici o localitate care nu atingă măcar calificativul de o stea. În momentul de față dintre cele 67 de unități administrativ-teritoriale sunt 22 în care putem observa valori sub mediul județean din toate punctele de vedere.



Sursă: © Planificatio 2020

Rezumatul scopurilor formulate în această etapă consultativă:

- ✓ în fiecare zonă de deservire să fie:
 - cel puțin trei evenimente culturale care înseamnă potențial turistic și sunt bine comunicate, folosește adecvat instrumentele de marketing și comunicare; trei festivaluri zonale pentru reprezentarea tradiției populare;
 - un eveniment gastronomic promovarea specialităților locale, educație etc.;
 - un cămin cultural sau o clădire pentru găzduirea la un nivel ridicat al artelor spectacolelor.
- ✓ în fiecare comună, oraș, municipiu să fie:
 - măcar o unitate de cazare susținătoare de valori culturale,
 - măcar o casă de cultură reabilitată,
 - o bibliotecă.
- ✓ în fiecare localitate să fie măcar cinci activități comunitare pe localități, pe an, indiferent de numărul grupurilor civice;
- ✓ să fie în județ un festival nou planificat pentru primăvara, trei planificate pentru vară și unul propus pentru toamnă, în total 5 festivaluri noi.

Servicii culturale și structura zonelor de deservire

Pe baza analizelor efectuate în cadrul strategiilor județene de dezvoltare economică și teritorială am ajuns la concluzia că furnizarea serviciilor publice se poate realiza în mod mai eficient prin diviziunea teritorială a muncii. Sistemul structurii zonelor de deservire propuse (vezi Harta 22) poate fi aplicat și în cazul serviciilor culturale în sensul că la bunurile și serviciile culturale la care trebuie să aibă acces nu numai localnicii, ci și cei din alte localități. Consumul de cultură prezintă o structură asemănătoare, a cărei semnificație pe planul politicii de specialitate este că locuitorii unei zone de deservire trebuie să aibă acces la cea mai largă gamă a bunurilor și serviciilor culturale.

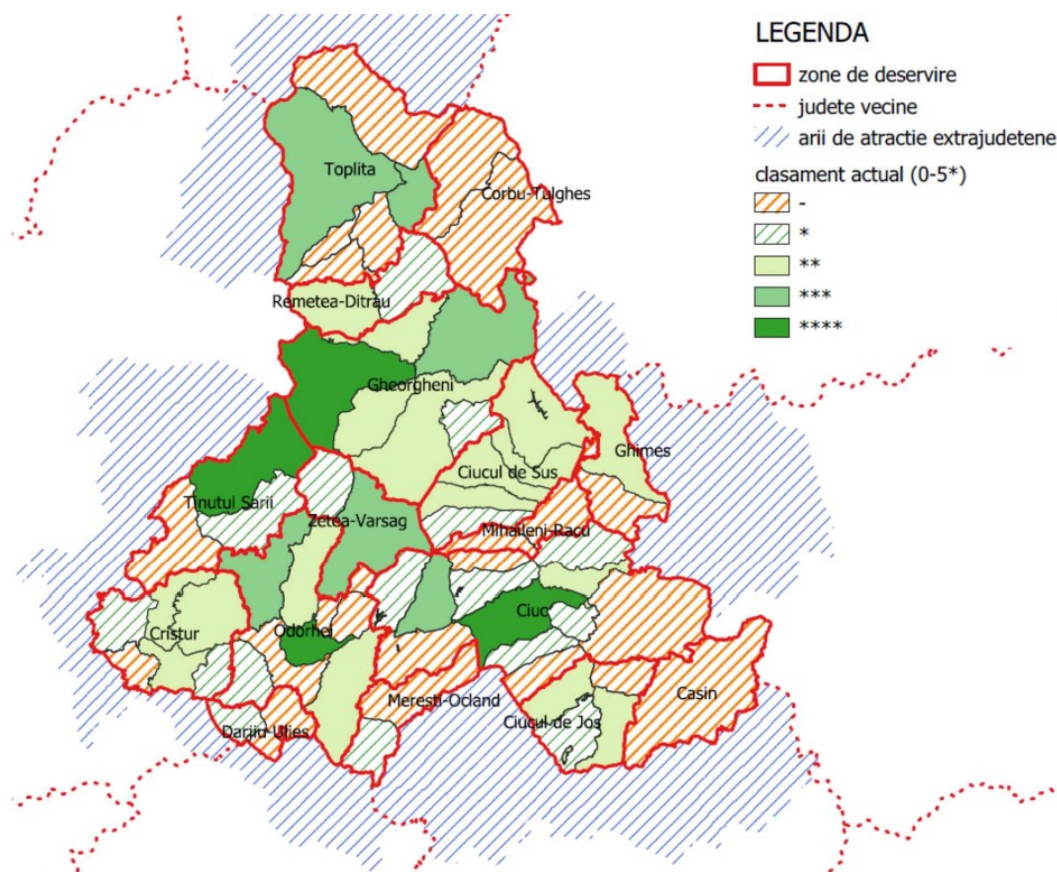
Harta 22 – Zone de deservire în contextul planificării de dezvoltare teritorială a județului



Sursă: © Planificatio 2020

Metodologia propusă este folosirea zonelor de deservire în corelație cu indicele cultural comunitar (ICC) analizat în prezenta strategie, vezi Harta 23.

Harta 23 – Zone de deservire și indicele cultural comunitar, arii de atracție externe județului



Sursă: © Planificatio 2020

Pe baza consultărilor și a analizei teritoriale este clar că sunt localități în afara limitelor județului care nu beneficiază sau beneficiază numai parțial de deservire culturală potrivită, adică în acest mod periferiile județului au posibilitatea de a juca un rol prioritar în constituirea ariilor de atracție:

- Cristuru Secuiesc și Ținutul Sării în direcția Județului Mureș,
- Dârjiu-Ulieș, respectiv Merești-Ocland în direcția județelor Brașov și Covasna,
- Ciucul de Jos și zona Casinului în direcția Județului Covasna,
- Ghimeșul poate integra localitățile ceangăilor din județul Bacău,
- zona Topliței se poate completa cu localități din județul Mureș, cât și din județul Suceava.

În momentul actual în privința ICC cea mai puternică zonă este Gheorgheni. Sunt însă urgențe de rezolvat în următoarele zone:

- Casin,
- Racu-Mihăileni,
- Corbu-Tulgheș.

În vederea îmbunătățirii ICC-ului fiecare zonă trebuie să depună eforturi pentru a elabora planuri individuale de acțiune, specifice pentru perioada 2022-2030, luând în considerare atât posibilitățile, cât și provocările. Se recomandă următoarele repere de acțiune:

1. Dezvoltări necesare comunității locale,
2. Ameliorarea atractivității turistice,
3. Amenajarea locurilor de cazare.

În zonele respective se recomandă diviziunea teritorială a muncii, adică:

- Să aibă loc evenimente zonale.
- În fiecare zonă să fie o locație evidențiată care poate funcționa ca instituție gazdă.
- Trebuie asigurată susținerea profesională a grupurilor autonome, respectiv a educației culturale, pe cât posibil prin angajarea unor specialiști locali, ori din zona respectivă, sau după caz prin susținerea profesională a teatrelor și a ansamblurilor de dans și alți profesioniști din diferite domenii care își desfășoară activitatea în municipii.

V. Sistemul țintă

Obiective și principii

Obiectivul general al strategiei:

În viitor politicile culturale vor reprezenta în județul Harghita o importanță strategică, pe baza căreia până în 2030 va sta la dispoziție o infrastructură modernă, sigură și de înaltă calitate, care va servi cerințele culturale multiple ale locuitorilor din județ, asigurând totodată posibilitatea consolidării unui turism cultural bazat pe festivaluri, evenimente și valori.

Obiectivele specifice ale strategiei:

- I. Realizarea unei infrastructuri culturale de bază de înaltă calitate, care poate fi utilizată în siguranță în fiecare zonă;
- II. Consolidarea rolului generator de valori al culturii religioase și bisericești;
- III. Protejarea orientată a patrimoniului construit, creșterea numărului clădirilor patrimoniale, popularizarea patrimoniului construit;
- IV. Elaborarea și realizarea de noi inițiative, în primul rând prin extinderea inovativă a ofertei culturale, ținând cont și de posibilitățile existente în turismul cultural;
- V. Organizarea zonală a infrastructurii culturale de bază, conform diviziunii teritoriale a muncii, având în vedere și localitățile din județele învecinate ca arii de atracție culturală;
- VI. Intensificarea comunicării online și întărirea elementelor de imagine ale evenimentelor și activităților de interes local, zonal, județean sau, după caz, internațional, și consolidarea reputației artistice a județului prin diferite programe de bursă;
- VII. Consolidarea rolului profesional al muzeelor, în primul rând prin susținerea activităților de restaurare, de arheologie și de pedagogie muzeală;
- VIII. Îmbunătățirea accesului la cultură a locuitorilor din mediul rural, în primul rând prin deplasarea în sate a diferitelor spectacole din orașe;

- IX. Vitalizarea rețelei de biblioteci prin sprijinul profesional al bibliotecii județene și prin creșterea fondului de cărți, la nivel județean.

Principii orizontale:

- A) Să trăim cultura, să o experimentăm prin participare, susținerea familiilor;
- B) Centrarea spre profesionalism și exigență artistică;
- C) Colectarea și evaluarea feed-back-urilor din partea utilizatorilor;
- D) Incluziune socială;
- E) Multilingvism;
- F) Comunicare eficientă, inclusiv participarea celor interesați în organizarea evenimentelor;
- G) Adăitionalism, contribuție din partea utilizatorilor (de ex. voluntariat, plata pentru servicii culturale, inclusiv bonusuri și premii pentru voluntari, etc);
- H) Eficiență energetică și implementarea abordărilor favorabile mediului.

Respectarea principiilor orizontale este recomandată, și poate fi considerată ca o condiție pentru finanțare publică. Acestea trebuie luate în considerare și în procedurile de aplicarea diferitelor fonduri, proceduri de licitație și achiziții publice.

În vederea pregătirii pentru situațiile de risc, a situațiilor neprevăzute, în perioada 2021-2030 se vor recomanda în primul rând dezvoltări în investiții în active necorporale, care datorită instrumentelor digitale pot fi puse la dispoziția publicului. Astfel în privința promovării formării, a transferului de cunoștințe, a educației, a monumentelor istorice, etc. constituie prioritate materialele online, digitale sau digitalizate.

1. Asigurarea serviciilor și infrastructurii culturale de bază

Programul constă din descrierea **serviciilor culturale de bază** și a **infrastructurii culturale de bază** necesare.

Servicii culturale de bază include următoarele:

- a. promovarea înființării comunităților culturale, sprijinirea și dezvoltarea acestora, asigurarea locațiilor necesare pentru activitățile acestora;
- b. dezvoltarea participării comunitare și incluziune socială;
- c. asigurarea condițiilor pentru învățare pe tot parcursul vieții;
- d. asigurarea condițiilor de transmitere a valorilor culturale tradiționale ale comunității;
- e. sprijinirea artelor amatorilor – creativitatea artistică neprofesională a maselor în domeniul artelor fine și decorative - aplicate, muzicale, teatrale, cinematografilei, fotografiei etc. Arta amatorilor include crearea și interpretarea de lucrări artistice de către amatori, interpretând colectiv sau singur.
- f. asigurarea condițiilor pentru îngrijirea și dezvoltarea talentelor;
- g. dezvoltare economică bazată pe cultură.

În județul Harghita, următoarele servicii de bază culturală trebuie consolidate și dezvoltate, totodată este necesar asigurarea funcționării continuă:

- Muzeu cu program continuu în fiecare municipiu, spațiu pentru expoziții de arte plastice în toate zonele, inclusiv în parcul de sculpturi din Lăzarea;
- Ansamblu de dans profesionist în fiecare municipiu;
- Școală populară de artă în regiuni, sediu adecvat în Miercurea Ciuc;
- Bibliotecă și activitate bibliotecară în fiecare unitate administrativ-teritorială;
- Cotidian județean cu rubrici de politică, viața publică, culturală, bisericească și de sport;
- Revistă culturală, cel puțin cu apariție lunară, tipărită;
- Cel puțin o casă de cultură reabilitată, modernizată sau locație cultural comunitară în fiecare localitate, cu angajat;

- Trei evenimente de nivel județean anual, de interes internațional (ex.: Festivalul de Muzică Veche Miercurea Ciuc, festival internațional de muzică creștină – de ex. Festivalul creștin intitulat Feltöltő Keresztény Zenefesztivál, etc.);
- Un eveniment la nivel de municipiu anual, de interes județean sau regional (nu fac parte din această categorie bălciurile și zilele orașelor);
- Înlănțuirea accesului la servicii teatrale, cel puțin opt premiere anual în fiecare municipiu;
- Continuarea activităților celor trei instituții culturale și artistice la nivel județean;
- Portal cultural județean;
- Analize, cercetare de piață și luarea deciziilor cu scopul de a extinde sfera și volumul serviciilor de bază.

Infrastructura de bază pentru cultură

În cursul planificării strategice au fost identificate probleme (lipsă de echipament și infrastructură) în domeniul școlilor de artă, în domeniul educației culturale și a educației artelor vizuale și a locațiilor pentru activități cultural-comunitare. Se consideră oportună realizarea următoarelor subprograme pentru eliminarea dificultății mai menționate:

1.1 Achiziționarea echipamentelor pentru școlile de artă și școlile populare de artă, incluzând instrumentele muzicale, accesoriile folosite în procesul instructiv-educativ dedicat artelor plastice, precum și infrastructura necesară pentru realizarea materialelor audio-vizuale, auditive și a filmelor artistice.

1.2 Dezvoltare de conținut și dezvoltarea resurselor umane pentru predarea disciplinelor de arte: manuale și materiale audio-vizuale speciale pentru predarea disciplinelor de artă, incluzând aici și dezvoltarea profesională a cadrelor didactice, în raport cu specificitățile zonale.

1.3 Educație comunitară (în școală și extrașcolară): patrimoniu cultural, istorie. locală, artele etc., în colaborarea cu diferite instituții de învățământ și a instituțiilor culturale și artistice, incluzând redactarea diferitelor publicații tipărite și online.

1.4 Artizanat în educația profesională: dezvoltarea unor conținuturi necesare prin materiale didactice auxiliare necesare pregătirii profesionale speciale, cum ar fi meseriile artizanale, în colaborare cu Inspectoratul Școlar, cu organizațiile profesionale pentru a transmite și a conserva cunoștințele locale.

1.5 **Spații comunitar-creative** (consolidare și creare): constituirea unor locuri de creație pentru comunități, în municipii sau într-o comună din zonă (atelier transartistic, (studiouri, săli de repetiții, furnizarea facilităților educaționale pentru Școala Populară de Artă - sediul adecvat și alte locații pentru educație etc.)

1.6 **Reabilitarea caselor culturale, și transformarea în clădiri multifuncționale:** una în fiecare unitate administrativ-teritorială.

1.7 **Casa de cultură modernizate:** capabile să găzduiască evenimente de artele spectacolelor în fiecare regiune.

1.8 **Opere de artă plastică în spații publice și în clădiri publice:** în cazul construirii sau renovării clădirilor publice se recomandă considerare ca parte a investiției achiziționarea operelor de artă incluzând aici amplasarea de picturi, desene, statui, opere plastice de mici dimensiuni, plachete și fotografii artistice etc. realizată de artiști locali.

Tabel 1– Proiect de buget pentru dezvoltarea infrastructurii culturale de bază (în lei)

2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
0	830.145	800.291	592.936	488.307	46.759	365.646	276.000	259.202	141.607

Observație: Proiectul de buget nu conține cheltuielile de construcție și de instalații ale căror cheltuieli sunt estimate la 200 de milioane de lei la nivel județean, în cazul în care dorim să reabilităm în totalitate fiecare casă de cultură și cămin cultural, respectiv 45 de milioane de lei, dacă considerăm un obiectiv real doar modernizarea unei singure case de cultură din zonă și din municipiu.

Este important de scos în evidență că pentru realizarea infrastructurii culturale de bază trebuie atrase atât în planificare, cât și în realizare organizațiile non-guvernamentale locale, incluzând aici și cooperările informale. Acest lucru înseamnă că organizații amintite pot iniția o parte dintre activități, și în situații optime, le pot realiza ei înșiși folosind resurse din fonduri, donații sau benevole, luând în considerare în special organizațiile recunoscute ale unor profesii. În această ordine de idei propunem nu doar o proiectare participativă în luarea deciziilor, ci și una deschisă prin implicare a cât mai multe instituții.

2. Sprijinirea activităților culturale ale bisericilor

În județul Harghita activitățile bisericești și cele culturale sunt într-o strânsă legătură. Programul a fost formulată datorită obiectului consolidarea rolului generator de valori al culturii religioase și bisericești. Cultele bisericești locale, sărbătorile religioase au un rol important în dezvoltarea vieții culturale din județ și în păstrarea identității. Pe lângă cultivarea religiilor, bisericile joacă un rol important și în educație, sănătate, social, familie, protecția copiilor și tinerilor, precum și în domeniul cultural, mediu, sport, alte activități, precum și în întărirea identității locale. Din consultări, atelierelor facilitate reiese că oamenii din județul Harghita trăiesc în strânsă legătură cu religia. De aceea este oportună sprijinirea activităților culturale din cadrul bisericilor.

2.1 **Sprijinirea corurilor bisericești, a muzicii eclesiastice**, deoarece au un rol major în consolidarea comunităților.

2.2 **Susținerea activităților caritativ- culturale ale bisericii**

2.3 **Renovarea imobilelor bisericești în beneficiul comunității**

2.4 **Susținerea, îngrijirea colecțiilor istorice a bisericilor și a valorilor istorice de artă:** îmbogățirea, înregistrarea, protecția, crearea de noi colecții, prelucrarea și publicarea științifică, punerea acestora la dispoziția celor interesați (asigurarea vizibilității).

Tabel 2 - Proiect de buget pentru sprijinirea activităților culturale din cadrul bisericilor (în lei)

2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
0	151 400	302 800	454 200	605 600	757 000	908 400	1 059 800	1 211 200	1 362 600

3. Valorificarea monumentelor pentru sporirea atractivității zonei

Analizând acest domeniu de interes, am obținut o imagine despre repartizarea teritorială a monumentelor și a ansamblurilor monumentale de categoria A și B. În ceea ce privește patrimoniul imobiliar de interes național, este necesar evaluarea continuă pentru a ne alcătui o imagine despre patrimoniu cultural construit existent la nivel județean. Județul se remarcă prin bogăția patrimoniului arhitectural de categoria B, dar ar fi preferabil o inventariere a clădirilor care necesită într-adevăr protecție. Este recomandat gestionarea, protejarea, preservarea și punerea în valoare a patrimoniul cultural construit.

Se propun în această privință următoarele subprograme:

3.1 Prezervarea de urgență a monumentelor

Este cunoscut faptul că acele clădiri care au fost categorizate de către Agenția de Inspectare și Restaurare a Monumentelor, pot beneficia exclusiv de o renovare profesională: pot fi întreținute, restaurate sau se pot efectua lucrări de reabilitare pe clădirile patrimoniale prin respectarea condițiilor speciale. În momentul de față există mai multe monumente de categoria A respectiv B aflate într-o stare dărăpănată sau în ruine ceea ce implică urgența preservării și a sustenabilității. În această ordine de idei se recomandă continuarea fazei de proiectare a programului existent, concentrându-se pe aceste clădiri, iar după teminarea și aprobarea proiectelor se recomandă finanțarea intervențiilor de preservare – din fonduri locale și din fonduri unionale.

3.2 Monumente de categoria B noi:

Documentarea și înaintarea documentației pentru monumentele noi, de categoria B. Numărul existent al monumentelor nu arată valoarea reală a patrimoniului, actualizarea listei de monumente este esențial, precum și identificarea clădirilor care au nevoie de protecție, realizarea documentației pentru monumente. În același timp, se recomandă utilizarea clădirilor monumentale în turism și educație și introducerea sau revitalizarea programelor pentru protejarea imaginii satului tradițional.

3.3 Marcarea unitară a monumentelor

Să se utilizeze o marcă unitară a monumentelor în județ atât în cazul monumentelor de categoria A, cât și a celor din categoria B. Monumentele trebuie

adunate într-o bază de date accesibilă online, cuprinzând și informații de localizare prin satelit și aceasta trebuie valorificat și în procesul de educație de la nivelul județului, precum și în sistemul cazărilor centrate pe susținerea culturii.

În cazul clădirilor trebuie marcate cerințele minimale referitoare la:

- dimensiunile, tipul de font, mărimea fontului, materialul, culoarea, modalitatea fixării, înălțimea la care se situează, sunt determinate împreună cu reprezentanții județeni ai Ordinului Arhitecților din România, consultându-se cu biroul arhitectului șef;
- cu numărul de înregistrare al clădirii sau ansamblului de clădiri al Agenției de Inspectare și Restaurare a Monumentelor;
- inscripția cu denumirea monumentului să fie la fel în limbile română, maghiară și engleză;
- să cuprindă informațiile de bază: construcții, reabilitări, epocă, funcții importante, întrebuintători – în toate cele trei limbi;
- să cuprindă un cod QR pentru a se putea accesa informațiile/ materiale online.

Din considerente de buget se poate amplasa și o placă comemorativă simplificată, care nu conține informațiile de bază, dar celelalte elemente sunt accesibile.

Inițiativa poate cuprinde și ruine, dar nu se pot marca situri arheologice, nici cu plachetă, nici prin identificare geo-informatică.

Tabel 3—Proiect de buget pentru valorificarea monumentelor (în lei)

2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
0	0	0	0	151 400	302 800	454 200	605 600	757 000	908 400

4. Noi inițiative culturale

Din rezultatele evaluărilor preliminare se poate observa că la periferiile nordice sau sudice ale județului sunt foarte puține evenimente – în mai multe cazuri nu sunt deloc – organizate în ultimii cinci ani care ar fi fost comunicate în mod corespunzător. Evenimentele popularizate în mediul online sunt specifice mai mult centrului județului. Acest lucru nu înseamnă că la periferii nu se organizează evenimente noi, mai degrabă înseamnă că popularizarea acestora în mediul online este slabă sau insuficientă. Reședința de județ, respectiv Odorheiu Secuiesc se pot mândri cu mai multe evenimente noi, inovative care se pot găsi cu ușurință în mediul online. În ceea ce privește comunele, Lunca de Jos se distinge cu trei evenimente noi, bine comunicate. Se consideră oportună popularizarea în mediul online a evenimentelor deja existente, respectiv celor noi, inovative.

În fiecare zonă de deservire este deziderabil existența de min. 3 evenimente culturale care înseamnă potențial turistic și a căror strategie de comunicare ajunge nivelul dorit, folosește adecvat instrumentele de marketing și comunicare.

Inițiativa ar consta din următoarele elemente care s-ar introduce pas cu pas, pe parcursul mai multor ani respectând propunerile, și desigur alte evenimente, programe noi, care corespund principiilor strategice, pot face parte din inițiativă:

4.1. **Diferite festivaluri tematice:** (de ex. festival artistic multicultural, festival internațional de muzică ecleziastică sau de cultură bisericească, festival de gastronomie, festival de dans popular cu atragerea protagoniștilor interesați, incluzând aici și unități turistice și ospitaliere, festival de muzică clasică tematizând și dialogul dintre casele de cultură, festival internațional de arte/ All Arts festival, festival de muzică creștină, etc.)

4.2. **Program de rezidență** (în domeniul diferitelor arte): programe de rezidențiale de artă pe termen scurt și lung, inclusiv zile profesionale, tabere – de ex. Tabăra de creație de la Lăzarea, ateliere, workshopuri etc.,

4.3. **Cercetarea culturii și a artei** în primul rând prin cercetări de bază și aplicate de istoria artei, folclorice, economice, cultural-sociologice, arhitecturale și arheologice.

4.4. **Sprijin pentru ateliere și activități științifice, comunități pentru promovarea științei:** sprijinirea inițiativelor cultural-științifice, înființarea comunităților științifice și de popularizare a științei, activități STEM / STE(A)M²³ și evenimente integrate între știință și arte (de ex. conferințe tematice, tabere științifice etc.)

4.5. **Digitalizarea culturii:** pregătirea materialelor VR (virtual reality) și AR (argumented reality) pentru patrimoniul imobiliar, muzica populară, dansul popular și arte, legând toate acestea de scopuri cultural-educative și turistice, digitalizarea culturii scrise și a serviciilor culturale etc.)

4.6. **Creșterea numărului de consumatori culturali:** subprogram de sensibilizare a consumatorilor de cultură, incluzând accesibilizarea evenimentelor în mediul online, atragerea, prezentarea atrăgătoare, precum și organizarea unor vizite tematice ghidate, pe cât posibil în cooperare cu muzee și viitoare galerii private, colaborând cu unitățile de cazare susținătoare de valori culturale.

4.7. **Parteneriat urbanistic:** se recomandă formalizarea cooperării profesionale a arhitecților-șefi, cu precădere în cazul planurilor de amenajare generală și zonală, cu instituțiile competente culturale și artistice județene.

4.8. **Utilizarea adecvată a peisajul cultural:** inventarierea valorilor peisajului cultural, ca un spațiu format de comunități de-a lungul istoriei, precum și elaborarea unor propuneri de conservare și valorificare, incluzând aici și trasarea granițelor peisajelor culturale, descrierea exactă a metodelor de valorificare a lor în viitor, tratarea valorilor în corelație cu regulile de agricultură și silvicultură, precum și cu specificul schimbării climei.

Tabel 4– Proiect de buget pentru noi inițiative culturale (în lei)

2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
0	0	600 000	1 800 000	2 700 000	3 996 000	4 395 600	5 274 720	6 065 928	6 975 817

²³ Acronimul STEM (știință, tehnologie, inginerie și matematică), care devine STEAM dacă includem și arta - o abordare modernă, interdisciplinară a cercetării și inovării

5. Programe de cooperare zonale

Obiectivul perioadei următoare este să pună accent pe cooperare la nivel zonal și între zone. În analiza hărților prezentate anterior, s-a văzut în repetate rânduri că anumite servicii și grupuri culturale nu se regăsesc în fiecare comunitate, drept pentru care se recomandă neapărat cooperarea la nivel zonal pentru ca diferitele comune să nu-și obstrucționeze reciproc inițiativele.

Programele de cooperare zonale se compun din următoarele subprograme:

- 5.1. **Inițiative culturale zonale:** organizarea de programe interne pentru comunități în cadrul fiecărei zone.
- 5.2. **Educație culturală** pentru instituții școlare: se bazează pe participarea activă a grupurilor de studenți:
 - Educație culturală cu sprijinul profesional al teatrelor;
 - Educație culturală cu sprijinul profesional al ansamblurilor de dans;
 - Educație culturală cu sprijinul profesional al orchestrelor, formațiilor de muzică clasică;
 - Educație culturală cu sprijinul artiștilor;
 - Educație culturală cu sprijinul altori profesioniști (ex. scriitori contemporani, meșteșugari etc.).
- 5.3. **Sprijinul profesional al grupurilor autodidacte:** atragerea profesioniștilor pentru efectuarea activităților, pe cât posibil angajând persoane care locuiesc în zonă.
- 5.4. **Tezaur de valori zonale:** utilizând cele existente și cele în curs de înființare, cu coordonarea celor trei instituții culturale și celor de artă din județ, în colaborare cu Consiliul Județean Harghita (realizarea tezaurilor de valori locale și completarea tezaurului județean) precum prin implicarea societății civile la nivel local și al instituțiilor educaționale.

Tabel 5 – Proiect de buget pentru programe zonale (în lei)

2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
0	90 000	180 000	270 000	360 000	450 000	540 000	630 000	720 000	810 000

6. Marketing și comunicare, tehnică

Este o activitate orizontală care se utilizează în orice alt domeniu, cu procentul de 20% din buget, indiferent că este vorba de un eveniment, de o activitate la nivel local sau internațional. Cuprinde următoarele subprograme:

6.1. Managementul de evenimente (studiu de piață, comunicare online, dezvoltarea aplicațiilor, traduceri, design și fațadă, anunțuri, serviciul de streaming etc.)

- Studii de piață: adunarea și analizarea datelor, despre atitudinea consumatorilor de cultură în scopul îmbunătățirii posibilităților de valorificare,
- Comunicare online: în societatea informațională actuală comunicarea în mediul online este indispensabilă,
 - realizarea unei aplicații și a unui calendar județean online, prin cooperarea celor trei instituții județene culturale și artistice,
 - asigurarea sprijinului profesional pentru prezentarea în mediul online a fiecărei instituții și activități culturale,
 - Streaming audio-vizual online (stream, înregistrare audio și video): transmisie de calitate în mediul online a spectacolelor și evenimentelor,
 - trebuie realizată o platformă online de cooperare culturală, unde se pot facilita diferitele posibilități de cooperare, diseminarea cunoștințelor și stabilirea relațiilor de parteneriat.
- Aplicații: accesarea rapidă și eficace a informațiilor cu ajutorul platformei digitale, incluzând aici posibilitatea asigurării conexiunilor cu aplicațiile turistice județene și zonale.
- Comunicare multilingvă, traduceri: măsură ce sprijină varietatea culturală a zonei și receptivitatea reciprocă față de diferite naționalități.
- Design: o fațadă inovativă și unică, ceea ce ajută la valorificarea produselor culturale.

- Anunțuri (în ziare județene și locale, respectiv pagini online): atragerea atenției consumatorilor asupra evenimentelor locale, zonale și județene, cu asigurarea separată a suprafețelor de reclamă.
- 6.2. **Expoziții și târguri în străinătate:** scopul este popularizarea, schimbul de experiențe și de internaționalizare.
- 6.3. **Asigurarea condițiilor tehnice:** asigurarea tehnicii de scenă, a iluminatului și a acusticii pentru apariții în aer liber (în străinătate, în România sau în zona rurală) în cazul teatrelor, formațiilor de teatru, ansamblurilor de dans, orchestrelor de suflători, incluzând aici sprijinirea tehnică a aparițiilor grupurilor care provin din afara județului și dau spectacol într-una din casele culturale municipale sau din centrele zonale.
- 6.4. **Unitățile de cazare susținătoare de valori culturale:** organizarea sistemului de locuri de cazare care sprijină cultura.
- 6.5. **Așezare culturală și ghid de participare socială pentru evenimente culturale:** pentru asigurarea unei armonii strategice și din punct de vedere practic se consideră oportună elaborarea unei îndrumători de finanțare și implicare socială la nivel județean pentru actorii culturali. Este recomandat susținerea și premiera asezărilor care aplică prevederile ghidului în conformitate cu obiectivele județului, dacă au un pachet de programe care contribuie la îmbunătățirea cu ** cu două puncte a ICC, iar programele în curs ameliorează ICC cu 1 *.
- 6.6. **Căutarea și gestionarea talentelor:** (pentru studenți, artiști și creatori remarcabili, exemple: activități profesionale, activități artistice, competiții de studiu și profesionale, cercetare, activitate științifică a grupurilor studențești, crearea și funcționarea punctelor de talent, organizarea zilelor talentelor și alte evenimente, diverse programe de burse).

Tabel 6– Proiect de buget pentru marketing și comunicare (în lei)

2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
0	302 800	605 600	908 400	1 211 200	1 514 000	1 816 800	2 119 600	2 422 400	2 725 200

7. Consolidarea rolurilor colecțiilor, muzeelor

Colecțiile și muzeele contribuie la păstrarea identității, fapt pentru care este importantă păstrarea și accesibilizarea valorilor ce se regăsesc în județ. În județul Harghita sunt foarte puține muzee cu program fix, dar sunt mult mai multe case tradiționale. Se recomandă sprijinirea caselor tradiționale și a caselor memoriale pentru a asigura spațiu patrimoniului nostru cultural.

- 7.1. **Dezvoltarea și asigurarea activității de restaurare:** păstrarea calității valorilor culturale și restaurarea acestora în starea lor inițială folosind în mod exclusiv intervenții profesionale.
- 7.2. **Asigurarea condițiilor necesare arheologiei:** achiziționarea instrumentelor arheologice: sprijinirea săpăturilor arheologice de pe teritoriul județului cu instrumente profesionale.
- 7.3. **Îmbogățirea, întreținerea și valorificarea colecțiilor:** sprijinirea continuă a îmbogățirii în cazul colecțiilor din muzee și case tradiționale, incluzând diferitele inițiative tematice, încurajarea oportunităților de instituționalizare. Prin utilizare înțelegem de exemplu organizarea de expoziții, publicarea de albume și cataloage.
- 7.4. **Coordinarea profesională a caselor tradiționale și memoriale:** coordonarea profesională din partea muzeelor municipale, consultanță profesională continuă și sprijin de monitorizare cu scopul inventarierii valorilor culturale județene.
- 7.5. **Digitalizarea colecțiilor** și accesibilizarea acestora în mediul online, în format atractiv, armonizându-le cu programul 6.

Tabel 7– Proiect de buget pentru consolidarea rolurilor colecțiilor și a muzeelor (în lei)

2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
0	0	350 000	367 500	385 875	405 169	425 427	446 699	469 033	492 485

8. Programe pentru mediu rural

Pentru a putea vorbi despre îmbunătățirea nivelului de trai rural este important să luăm în considerare activitățile culturale. Zonele rurale ascund o foarte bogată varietate a patrimoniului spiritual și material, ceea ce trebuie făcut cunoscută prin organizarea activităților. Comunitățile rurale trebuie păstrate, ele trebuie stimulate să-și asume rol cultural, trebuie stimulată participarea lor în activitățile culturale, iar obiceiurile locale trebuie cultivate.

Scopul programului este de a dezvolta activitățile căminelor culturale rurale, pentru a asigura diverse producții de artă și spectacole pentru acele așezări din județ în care nu există sau numărul spectacolelor existente este redus, promovarea valorilor culturale locale ale județului Harghita. Este recomandată ca spectacolele să aibă loc în urma unei triple colaborări: administrația locală sau ONG-ul care depune cererea ca organizator, una dintre subinstituțiile culturale ale Consiliului Județean Harghita în calitate de co-organizator, sponsor și furnizorul de servicii culturale în calitate de prestator.

- 8.1. **Poziționarea artelor spectacolelor-** mai puțin tehnica de scenă, a acusticii și a iluminatului ²⁴
- 8.2. **Invitarea furnizorilor de servicii culturale externi,** a instituțiilor primitoare ca teatre din Ardeal atât de limba maghiară cât și cea română în case de cultură care nu fac parte din zona municipală.
- 8.3. **Mobilitate referitoare la consum cultural:** trebuie asigurată accesul comunităților rurale la evenimentele organizate de municipiu sau de centrele zonale: în acest scop programele culturale trebuie organizate luând în considerare mersul trenurilor și al autobuzelor, iar în anumite cazuri în care se consideră necesar, trebuie asigurate și alte mijloace de transport, diminuând astfel cheltuielile de deplasare precum și impactul asupra mediului provocat de deplasare.

Tabel 8 – Proiect de buget pentru activități rurale (în lei)

2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
0	75 700	151 400	227 100	302 800	378 500	454 200	529 900	605 600	681 300

²⁴Tehnologia, și în acest caz asigurarea streamingului apare în subprogramele 6.8 și 6.9 – în conformitate cu subprogramele 8.1 și 8.2.

9. Noile provocări pentru biblioteci

Datorită răspândirii societății informaționale și a comunicării online, biblioteca și bibliotecarul au un rol major în cunoașterea informațiilor adecvate și la dezvoltarea gândirii critice. Funcția bibliotecii a rămas practic neschimbată dealungul anilor: furnizarea surselor de informații, transferul de cunoștințe și construirea comunităților.

Sau schimbat numai mijloacele și tehnologia transmiterii informațiilor aceasta constituind o provocare constantă pentru biblioteci.

Rolul de coeziune a bibliotecilor se poate observa prin faptul că asigură un spațiu social pentru foarte multe domenii: muncă, cultură, cultivare, reuniuni comunitare, cercetări, educație. De aceea este bine-venită orice măsură, care susține asumarea rolului social al bibliotecilor, satisface nevoile utilizatorilor (documente tradiționale și electronice).

9.1. **Bibliotecă sustenabilă:**

- scenă comunitară multifuncțională și multiculturală: servicii și programe pentru diferite grupuri de interese, comunități, furnizarea de diverse activități care contribuie la întărirea comunității etc.
- digitalizarea produselor de presă, acordând prioritate primei produs de presă, inclusiv accesul extern gratuit la stocul digitalizat,
- creșterea fondului de carte bazându-se pe inițiativele cluburilor/ cercurilor de citit locale.

9.2. **Creșterea stocului de carte:** asigurarea a 205 exemplare (201 + 4 pentru biblioteca județeană) din cărți, volume care apar în județ.

9.3. **Susținere profesională:** formare, dezvoltarea competențelor – constituind prioritate dezvoltarea competențelor digitale, instruire, diferite sarcini de coordonare din partea Bibliotecii Județene Kajoni János pentru bibliotecile rurale și pentru bibliotecari.

Dacă clădirea actuală se dovedește limitată datorită noilor sarcini, trebuie examinat în doua jumătate a perioadei de planificare dacă există o proprietate sau dacă se poate construi o clădire nouă pentru îndeplinirea adecvată a sarcinilor extinse pentru o funcționare mai eficientă.

Tabel 9 –Proiect de buget pentru noile sarcini ale bibliotecilor (în lei)

2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
0	63 955	127 909	191 864	255 818	319 773	383 727	447 682	511 636	575 591

Următoarele patru programe și subprogramele au făcut parte din strategia anterioară și vor continua să fie incluse în strategia actualizată²⁵.

Acestea sunt următoarele: Reformă instituțională structurală și funcțională; Impunerea paradigmei de bogăția cunoașterii; Realizarea de sinergii între competențe, instituții și sectoare; Sprijinirea și îndemnul la un consum conștient al culturii.

10. Reformă instituțională structurală și funcțională

În cazul instituțiilor subordonate autorităților locale este necesar dezvoltarea unor elemente structurale și pachete de competențe, care vor contribui la noi interpretări legate de rolul culturii (de exemplu paradigme, politici de dezvoltare, creativitate, inovație, economia cunoașterii, etc.)

Trebuie creată posibilitatea pentru ca aceste instituții – sub forma serviciilor, consultanței și organizării – să fie purtătorii unor schimbări metodologice și de concepție pentru alte tipuri de instituții, organizații și evenimente județene.

Aceste subprograme pot fi în măsură să introducă prin practică acele tehnici și forme noi de activitate, în cadrul modelului actual de structură a sistemului cultural, care vor porni schimbarea de perspectivă propriu zisă.

Trebuie inițiată, un model intern de transformare structurală, care va putea da loc în cadrul instituțiilor culturale acelor specialiști și competențe, care par să nu aparțină culturii. Acest fapt nu înseamnă includerea doar a competențelor economice, de politici de dezvoltare, de comunicare și competențe industriale, ci și introducerea continuă a unor

²⁵Vezi Strategia de Dezvoltare Culturală a Județului Harghita pe perioada 2013-2020 <http://ccenter.ro/ro/informatii-publice/> (punctul 11.)

aptitudini cum ar fi monitorizarea, asigurarea calității, procese de evenimente și management, servicii culturale multilaterale, etc.

10.1. Formarea funcțiilor de prestare, furnizare/management

În prezent numărul acestor practici este scăzut, serviciul este ocazional și pasiv (funcționează doar când este pretins de cineva și nu în ofertă continuă, în formă de "livrare la domiciliu"), totodată în cazul instituțiilor actuale, acest efort nu este separat în mod evident de celelalte activități. Acesta este necesar, pentru că în cazul activităților care stau la dispoziția CJ²⁶, acest conținut profesional trebuie se ocupe loc central. Pachetele de servicii trebuie să conțină acele forme de cunoștințe și consultanță metodologice-profesionale, de logistică, de management instituțional și al evenimentelor, care oferă un sprijin constant pentru personajele sistemului.

10.2. Formarea sistemului intern de calitate

Prin acest subprogram se încearcă asigurarea îndeplinirii acelor cerințe minime de către programele pe care le finanțează CJ prin atragere de fonduri, sau produsele culturale care aparțin în mod direct de CJ (evenimente, prezentări de valori), prin care acel produs sprijină schimbarea de viziune, se integrează în această schimbare.

10.3. Construirea sistemului instituțional și de monitorizare: Programul de monitorizare propus conține trei elemente:

- Urmărirea practicii de implementare a Strategiei,
- Extensia urmăririi activității instituționale pe cât mai multe elemente ale sistemului,
- Urmărirea efectelor sociale ale sistemului cultural.

Acesta ar însemna un studiu complex realizat la fiecare 3-4 ani (evoluția proceselor culturale în județ în baza produselor culturale și a trendurilor culturale, opinia publică despre activitatea instituțiilor culturale, evoluția modelelor de consum etc.)

²⁶CJ – Consiliul Județean

11. Validarea paradigmei de economie a cunoașterii

Trebuie să pornim de la faptul că, în contextul actual și cel așteptat al tendințelor de globalizare și IT, fără un program județean e-cultural bine gândit, valorile culturale existente nu pot fi valorificate. Un program e-cultural complex poate multiplica atractivitatea regiunii. Un program complex e-cultural permite progresul în ceea ce privește construirea identității regionale, rolul componentelor culturale în construirea identității locale sau regionale, este unul introvertit.

11.1. Reînnoirea metodelor și tehnicilor managementului cultural

Prin cunoștințe de management poate fi sporită capacitatea de auto-susținere a diferitelor organizații, totodată viziunea și practica managerială deschide drumul spre integrarea culturii cu alte domenii.

Din practica de înființare a instituțiilor culturale, grupuri, evenimente, alte produse astăzi lipsesc conținuturile manageriale, respectiv dacă sunt prezente se limitează la producerea evenimentului sau produsului. În cadrul programului trebuie dezvoltate competențele legate de următoarele două componente:

- Transferul regional al cunoștințelor profesionale referitoare concret la sectorul cultural (colectarea cunoștințelor, adaptarea lor la posibilitățile regionale, transferul practicilor de succes). Actorii profesionali din regiune nu dispun momentan de aceste cunoștințe profesionale, cele mai multe informații se pot găsi în alte limbi, practicile de succes pot fi găsite în diferitele materiale ale proiectelor europene.
- Elaborarea și diseminarea modelelor bazate pe posibilitățile și nevoile regionale (metodologie pentru actorii regionali, organizarea și facilitarea modelelor teritoriale cu caracter de model). Un prim pas în acest sens ar fi formarea unui grup de profesioniști.

11.2. Dezvoltarea unui centru regional metodologic și de transfer de cunoștințe

Incompetitivitatea actuală a sistemului cultural provine din faptul că actorii culturali nu cunosc în mod concret posibilitățile și cerințele profesional /sociale ale paradigmei politicilor de dezvoltare. Acesta poate ameliorat prin fi realizat în

cadrul unei instituții aparținătoare de CJ. Sarcina de bază este transferul teritorial al practicilor de succes și al politicilor europene (relații profesionale și realizarea unor canale profesionale), colectarea și traducerea materialelor metodologice conexe, organizarea unui mic grup de facilitatori profesionali, care va fi capabil de adaptarea cunoștințelor profesionale la parametrii regionali și de diseminarea acestora.

11.3. Elaborarea unui suport e-learning regional care sprijină perfecționarea în mod continuu

Sarcina profesională a centrului metodologic și transfer de cunoștințe este realizarea și îmbogățirea unui material didactic digital care permanent să ofere posibilități de formare actorilor culturali locali sau celor care sunt interesați. Acest material didactic să conțină politicile europene actuale, culegerea practicilor de succes din țară, materiale metodologice etc. Materialul poate fi realizat după modelul cunoscut al platformelor, cu acces liber sau codificat în funcție de cerințe. Un avantaj îl reprezintă lărgirea sau tematizarea materialului după propria dorință care sprijină modul personal de învățare. Acest mod de perfecționare poate fi alăturat de modurile tradiționale de învățare. Scopul este asigurarea posibilității formării continue, gratis pentru actorii sistemului cultural – prin oferirea cunoștințelor profesionale așteptările personale, solicitările de formare pot fi asigurate mai bine.

12. Crearea sinergiilor între competențe, instituții și sectoare

Fără crearea sinergiilor între diferite sectoare și între diferite aptitudini profesionale nu putem obține ca ansamblul cultural să fie agentul activ al competitivității și a modernizării regionale. Sistemul politicii de specialitate al UE necesită sinergie. Fără crearea acestor sinergii, în perioada următoare nu vom fi în măsură să accesăm fonduri UE semnificative.

12.1. Construirea unor clustere intersectoriale care sprijină colaborarea strategică, pe bază de proiecte

Scopul acestui subprogram este înlocuirea modelului de tip punctual din sistemul cultural cu modele de tip rețea sau sisteme cluster. Elaborarea modelului cluster

(nu înseamnă un cluster instituționalizat și din punct de vedere juridic, doar dacă acesta nu este în mod inevitabil necesar de exemplu pentru atragere de fonduri) poate fi realizat ca urmare a diferitelor interese: organizarea unei serii de evenimente sau a unor evenimente care se desfășoară simultan în mai multe locuri, schimb de experiențe profesional-metodologice, elaborarea unor programe sau strategii culturale comune etc. Activitatea de tip cluster sau rețea în cadrul sistemului cultural ar reprezenta o dezvoltare reală, o creștere în calitatea activității.

12.2. Alcătuirea cadrelor sinergiilor între competențe (de ex. Formarea economică a experților culturali, etc.)

Scopul este crearea unei conexiuni reale cu alte domenii, întărirea individualității și capacității de autoconservare a sistemului cultural

De un interes accentuat beneficiază următoarele competențe: administrație/management, turism, dezvoltare locală și regională, managementul evenimentelor, dezvoltarea destinațiilor și managementul acestora, PR etc. La toate acestea se alătură toată activitatea de tematizare prin care definiția strictă și elitistă a „culturii” să fie lărgită cu noi conținuturi.

12.3. Crearea unui consiliu strategic județean intersectorial

Pentru dezvoltarea sistemului cultural pe lângă susținerea oficiului din punct de vedere administrativ politic – este neapărată nevoie de instituirea unui consiliu care să unească diferitele ramuri, respectiv instituirea unui consiliu consultativ județean și funcționarea e-platforme.

12.4. Pachet de subprograme pentru colaborare intersectorială

Există posibilități de a colabora în următoarele domenii (nu în ordinea importanței): cultura și dezvoltarea întreprinderilor, cultura și turismul, cultura și gastronomia, cultura și educația, cultura și cultele, cultura și dezvoltarea regională (microregiunile sau grupurile LEADER), cultura și arhitectura (inclusiv peisagistică), cultura și natura, cultura și comunicațiile (relații publice) etc.

Acest lucru poate însemna planificare comună, atragere de fonduri comună, prezentare comună etc. Înființarea unui asemenea program însă face necesară și în cadrul sistemului cultural dezvoltarea unor rețele sau activități de tip cluster în

cazul unor sarcini. De exemplu: colaborarea pragmatică într-o regiunea organizatorilor de evenimente culturale și actorii sectorului turistic, colaborarea dintre școli și grupurile interesate în explorarea valorilor locale și culturale. Dacă o astfel de colaborare grup-grup (rețea-rețea) se realizează, modelul poate fi facilitat eficient și în alte domenii, arii. Totodată poate fi foarte importantă pentru actorii culturali însușirea metodologiei/ logicii programului LEADER.

Scopul este realizarea colaborării dintre diferitele sectoare, creșterea numărului de produse culturale, întărirea potențialului de atragere de fonduri.

13. Sprijinirea consumului cultural conștient

Având în vedere faptul că consumul cultural este un factor determinat al calității vieții, fără acest lucru modernizarea și competitivitatea regională nu se poate realiza. Prima și cea mai importantă sarcină este tematizarea la nivel profesional, public și decizional a fenomenului cultural și consumului cultural, accentuând că este un factor important al coeziunii regionale.

13.1. Subprograme tematice anuale care promovează consumul conștient de cultură

În unele arii ale consumului cultural (citit, teatru, arta fotografiei, pictură, muzică clasică etc.) trebuie organizate anual evenimente tip campanie. Subprogramul poate fi implementat și de către o singură instituție cu un raport de costuri scăzut. Biblioteci, școli, librării, evenimente publice, grupuri web pot fi incluse în mii de forme în astfel de subprograme. Important este că acestea au un caracter de mișcare, respectiv prezentarea accentuată al acestui caracter pentru publicul larg, făcându-se referire mereu la caracterul anual al acestor programe. Subprogramul poate deveni mai atrăgător prin organizarea unor concursuri, oferirea unor premii, de exemplu cu ajutorul librăriilor. Este foarte importantă valorizarea referințelor consumului cultural de calitate.

13.2. Subprograme pentru egalitatea de șanse a categoriilor dezavantajate

În cadrul sistemului cultural situația defavorizată înseamnă posibilitatea limitată de accesare a valorilor culturale, respectiv imposibilitatea de implicare în crearea și promovarea valorilor culturale. Ambele bariere pot fi de ordin individual sau de grup. Dizolvarea acestor bariere necesită un proces lung, realizabil în mai multe etape. În viitorul apropiat șanse de progres există doar în crearea posibilităților de accesare a valorilor culturale. Este nevoie de o tematizare, această sarcină trebuie acceptată de către societate, trebuie definite grupurile țintă sau ariile și trebuie eliberate câteva modele de program, (servicii de biblioteci mobile, donații culturale – îmbinate cu alte servicii, pentru că individual aceste subprograme ar fi mult prea costisitoare.)

13.3. Competiții culturale, concursuri, mișcări

Organizarea de concursuri, competiții, mișcări, poate avea succes doar dacă:

- (1) dacă este alăturat prezentărilor pe bază de tehnici IT,
- (2) sunt conectate cu practicile locale sau regionale de creare/dezvoltarea de destinații.

Procesul acestor programe trebuie să devină un eveniment social în plan local, județean, regional. Tema programelor poate fi foarte variată, esențial este modul de organizare mai sus menționat. Exemple specifice: concurs de fotografii cu teme social-istorice, fotografii sau scurt metraje despre valori culturale sau simboluri culturale, tehnici gastronomice, instrumente sau rețete, proiecte culturale de design, peisaj urban etc. În urma acestor subprograme apar multe produse care pot fi valorificate și ulterior (expoziții mobile, produse turistice, organizare de evenimente, material pentru programul e-cultură).

13.4. Antreprenori pentru cultură

Există două grupuri de antreprenori care pot fi interesați în a depăși practica actuală a sponsorizării. Unul dintre aceste grupuri îl reprezintă grupul antreprenorilor care ei înșiși se ocupă cu producerea valorilor culturale. (cărți, obiecte, materiale vizuale, media, etc.). Grupul acesta poate fi motivat să devină interesat în procesul de a-și găsi rolul în punerea în aplicare a unui segment al strategiei culturale. Celălalt grup este format din acei antreprenori, care vor dori să utilizeze parteneriatul cu sistemul cultural în construirea imaginii întreprinzătorilor, managementul brandului, a reputației întreprinderilor, lărgirea cercului de cumpărători, în întărirea încrederii față de companie și a produselor acestuia. Sunt necesare consultări cu cele două grupuri, care pot prefigura rezultate măsurabile și continue pentru întreprinderi. Pentru realizarea acestui lucru este necesară însă, cunoașterea unor forme de cooperare, care sunt folosite cu succes în altă parte și adaptarea regională a acestora, care îi pot face interesați și pe actorii vieții economice în a asuma un rol activ.

Scopul este conectarea structurală a segmentului antreprenorial și a sistemului cultural.

13.5. Monitorizarea consumului cultural

Măsurarea periodică (la 3–4 ani) al conținutului și al naturii consumului cultural al populației este un element de importanță majoră în controlarea procesului strategic, precum și în viitoarele proiecte. Trebuie stabilită o sarcină de măsurare, care poate fi realizată periodic și care corespunde în dimensiune, conținut și complexitate profesională scopurilor manageriale ale strategiei culturale, și rezultatele diferitelor studii pot fi comparate. Realizarea acestui program este recomandat – ca prin cerere de ofertă – să îi fie atribuit unui profesionist extern.

Scopul este măsurarea consumului cultural social, asigurarea materialului profesional de fundamentare necesar în evaluarea procesului strategic și proiectării ulterioare.

VI. Propuneri de buget

În elaborarea propunerilor de buget un aspect important este, că nivelul de servicii și volumul actual trebuie păstrat neapărat. În acest scop vom obține o imagine cuprinzătoare despre situația județeană în ansamblu prin comparare cu bugetul de la nivel național.

Implementarea Strategiei este susținută de fondurile nerambursabile, sistemul finanțării nerambursabile din bugetele județene respectiv locale, care sunt în conformitate cu obiectivele prezentei strategii culturale, de exemplu:

- sprijinirea implementării organizațiilor neguvernamentale care funcționează în județ, având activitatea în domeniul cultural, programele, obiectivele și planurile acestora contribuie la realizarea obiectivului strategic incluse în punctele V. și VIII. (organizarea regională a sarcinilor culturale și îmbunătățirea accesului la cultură a locuitorilor din mediul rural);
- renovarea, construcția de biserici și clădiri bisericesti, precum și păstrarea proprietății deținute de biserici, contribuie la realizarea obiectivului strategic nr.II;
- activități legate de renovarea monumentelor istorice contribuie la atingerea obiectivului III., adică la protejarea patrimoniului construit, la creșterea numărului de clădiri protejate, la popularizarea patrimoniului construit.

Tabel 10–Asumarea rolului de către cei mai importanți actori (în o mie de lei)

	<i>Buget</i>	<i>Cultură</i>	<i>și</i>	<i>%</i>	<i>lei/cap</i>
<i>Miercurea Ciuc</i>	<i>220,687</i>	<i>9,573</i>		<i>4.34%</i>	<i>230.00 lei</i>
<i>Gheorgheni</i>	<i>88,442</i>	<i>6,685</i>		<i>7.56%</i>	<i>270.00 lei</i>
<i>Odorheiu Secuiesc</i>	<i>80,113</i>	<i>9,356</i>		<i>11.68%</i>	<i>290.00 lei</i>
<i>Județul Harghita</i>	<i>238,684</i>	<i>18,237</i>		<i>7.64%</i>	<i>60.00 lei</i>
<i>Medie</i>	<i>627,926</i>	<i>43,851</i>		<i>6.98%</i>	

Sursă: paginile de internet publice ale unităților administrative teritoriale

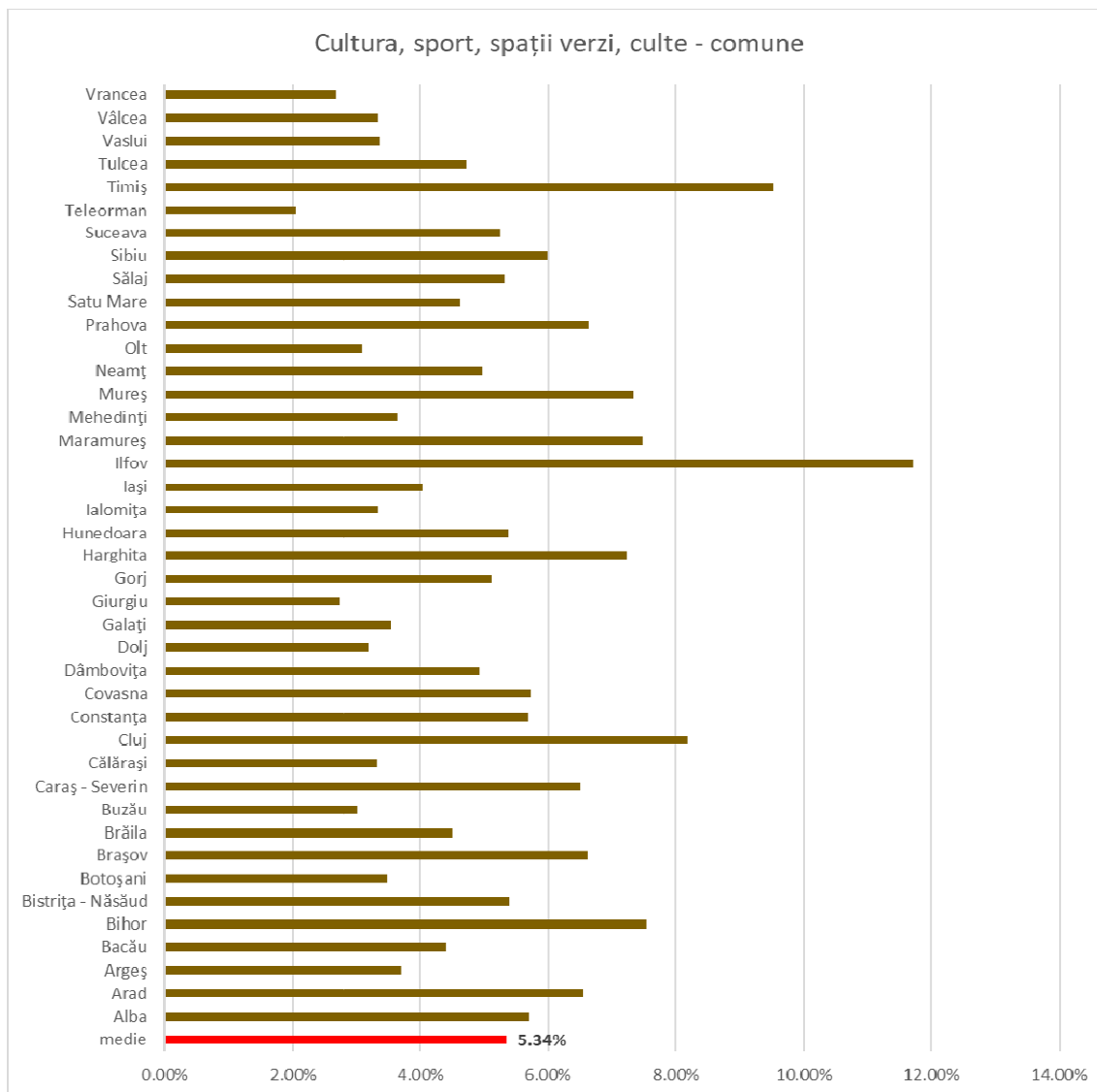
Valoarea medie a celor mai importante patru bugete este de 7%, ceea ce este mai mică decât media pe țară, deoarece acolo pentru cultură, biserici, sport și spațiile verzi (marcaj 34) capitolul de buget este de 9,83%.

Pe baza relatărilor provenite de la actorii serviciilor, acest nivel este subfinanțat, ceea ce este nuanțat de faptul că cei mai mulți care lucrează la instituții bugetare în ultimii ani primesc deja salarii mărite, conform regulilor definite în sectorul public. Se recomandă desigur păstrarea acestui nivel de salarizare, dar în același timp, trebuie crescută partea de organizare, cea pe bază de performanță și cea legată de programe concrete, dacă politica culturală trasează noi sarcini sistemului instituțional.

Raporturile naționale se pot vedea pe următoarele grafici – în general din capitolul de buget 34 în realitate 2/3 sunt alocate finanțării culturii și bisericilor – unde sunt excepții notabile, de ex. Miercurea Ciuc, unde din procentul de peste 20% doar 1/3 este alocată culturii.

În continuare am analizat această temă în raport cu mediile naționale și cu categoriile de localități, pentru 2019, pe județe și la sfârșit am analizat separat situația județului Harghita. Categoriile de localități sunt: județ, municipiu, oraș, comună.

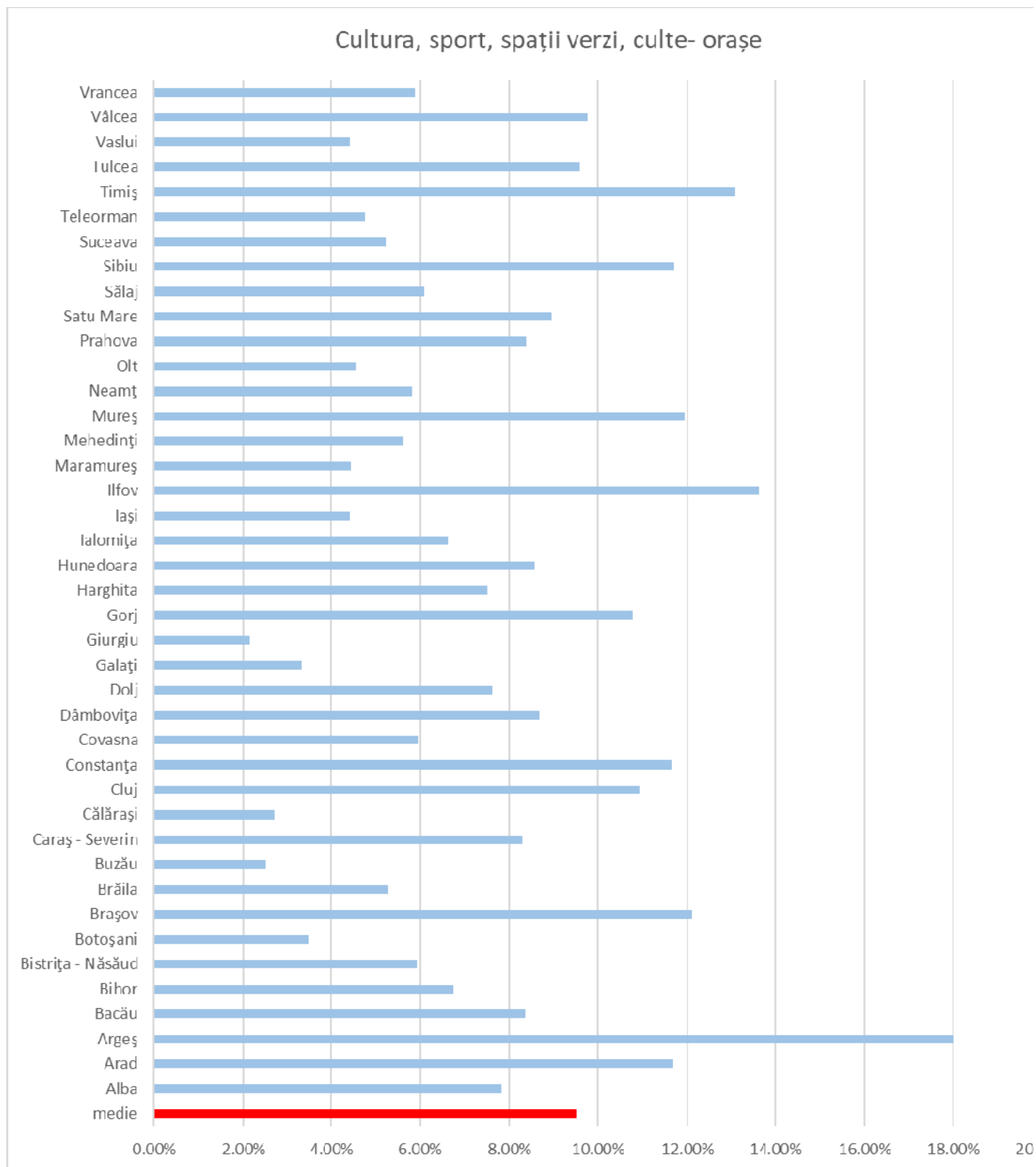
Figură 1. – Cultură, sport, spații verzi, culte în bugetele locale ale comunelor – 2019



Sursă: MLPDL DGAP DPFBL – 2020

Media pe țară este de 5,34%, media pe județ este de 7,23%. În același timp merită să ne comparăm aici cu comunele județelor din Ardeal, unde valorile sunt peste 7% în județele Bihor, Cluj, Mureș, Timiș și Maramureș deopotrivă. **În acest sens comunele județului pot evolua ajungând la 8%: acest lucru înseamnă un excedent de 2,7 milioane de lei pentru cultură.**

Figură 2- Cultură, sport, spații verzi, culte în bugetele locale ale orașelor – 2019



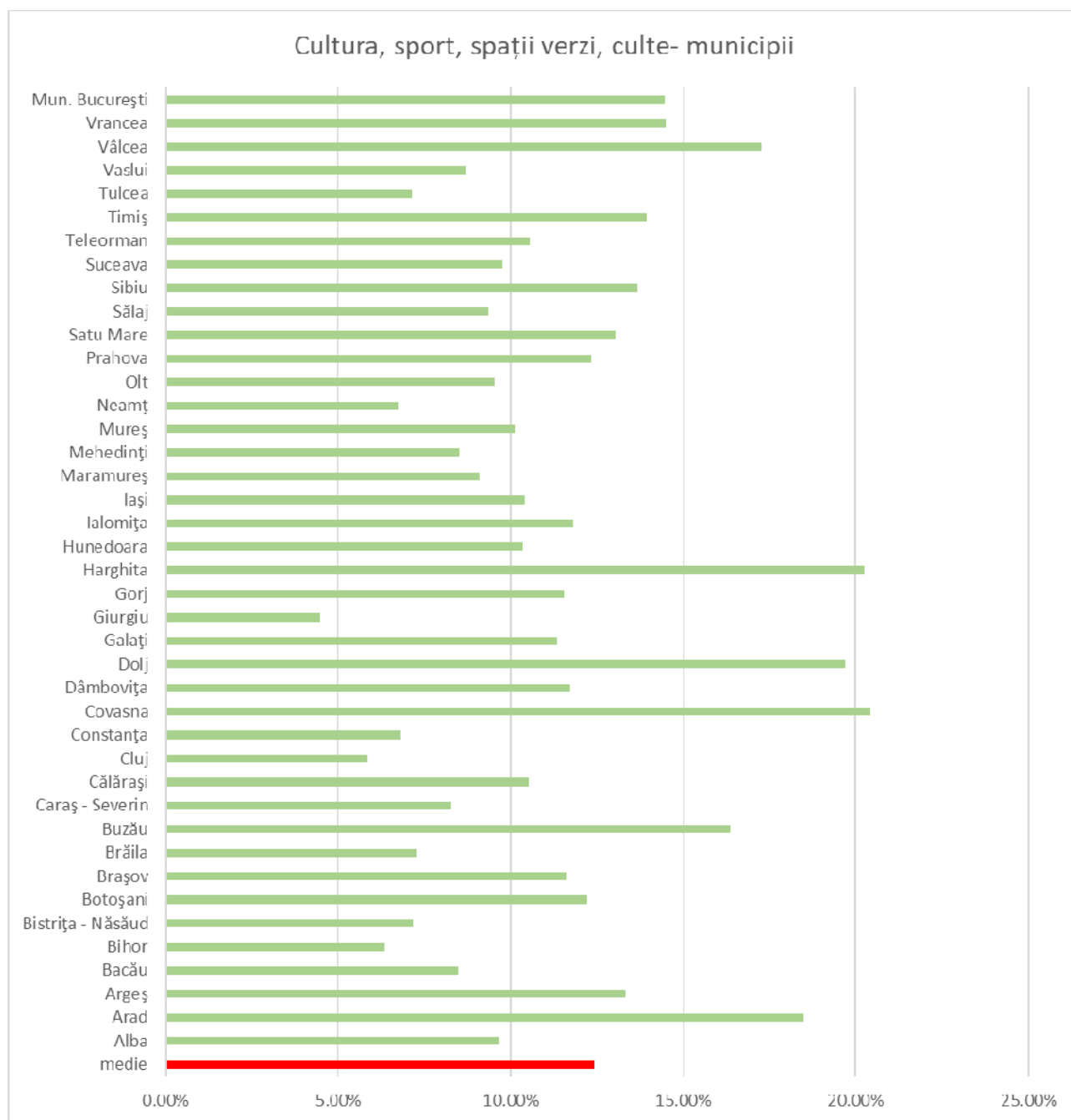
Sursă: MLPDL DGAP DPFBL - 2020

În cazul **orașelor** media pe țară este de 9,5%, în județul nostru este de 7,52%. În acest context se recomandă îmbunătățirea vieții culturale din orașe, cel puțin în măsura în care am

semnalat-o în cazul comunelor, deci cu o **asumare de 8,2%** se poate realiza obiectivul de servicii culturale îmbunătățite.

Acest lucru înseamnă o suplimentare de 426 mii de lei pentru cultură. Nici în acest caz procentul nu va ajunge la media pe țară, dar în cazul localităților ale căror posibilități bugetare sunt limitate și acest lucru poate însemna o povară semnificativă.

Figură 3– Cultură, sport, spații verzi, culte în bugetele locale ale municipiilor – 2019

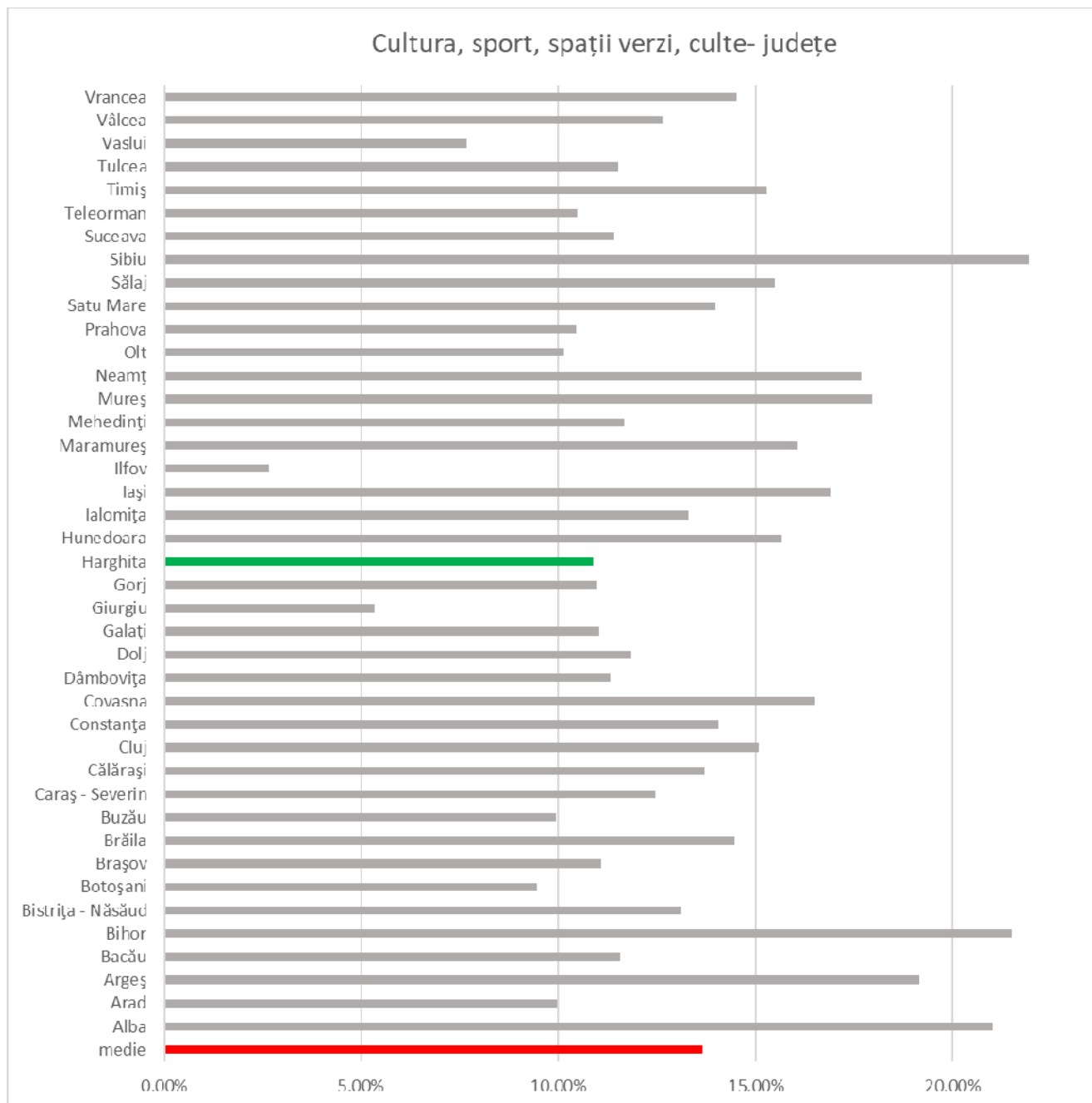


Sursă: MLPDL DGAP DPFBL - 2020

Municipiile din Covasana și Harghita sunt pe primul loc în ceea ce privește capitolul 34, dar am văzut că de ex. în cazul municipiului Miercurea Ciuc, pentru cultură este valabil procentul de 1/3 în loc de 2/3 – drept urmare din bugetul local finanțarea actuală ajunge doar la media pe țară.

În cazul municipiilor, recomandarea noastră este ca resursele să fie alocate subcapitolului cultură și biserici, adică se procedează corect în cazul acesta prin reducerea altor activități aferente. Recomandarea este ca la nivel județean cele **patru municipii** să-și asume unitar cel puțin suma de **350 lei/locuitor**. În acest caz ar sosi un **surplus de 7,3 milioane de lei** pentru sprijinirea culturii.

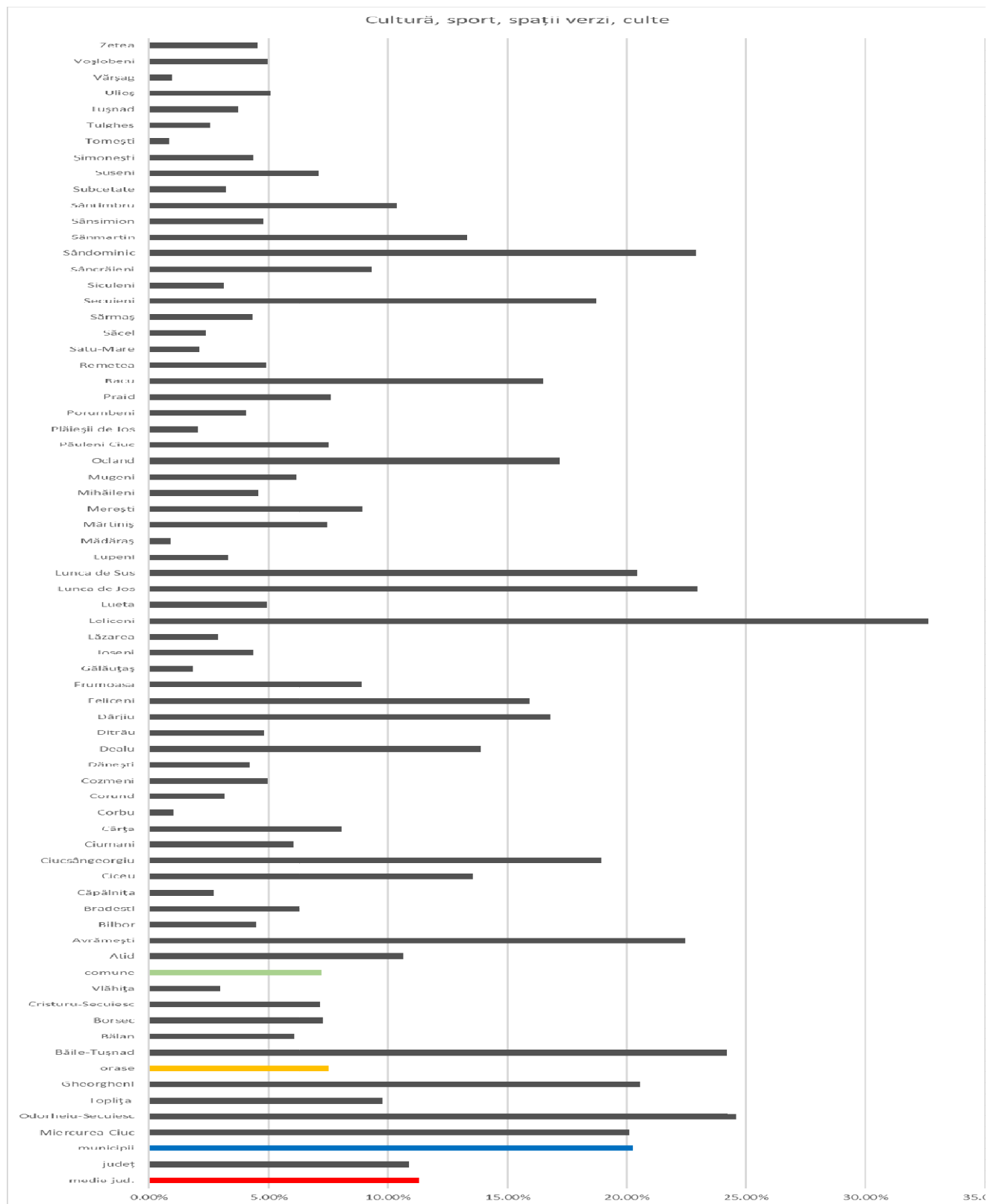
Figură 4–Cultură, sport, spații verzi, culte în bugetele județene – 2019



Sursă: MLPDL DGAP DPFBL - 2020

În cazul județelor media pe țară este de 13,63% în cazul capitolului 34. **Județul Harghita** ajunge momentan la 10,88%. Propunem în acest sens ca de la suma de 60 lei/locuitor să se treacă la 70/lei pe locuitor, ceea ce face posibil un surplus **3,2 milioane de lei**.

Figură 5–Cultură, sport, spații verzi, culte în bugetele locale – 2019



Sursă: MLPDL DGAP DPFBL - 2020

În ceea ce privește cultura la nivel județean se poate alcătui următorul top:

1. Lelicieni,
2. Băile Tușnad,
3. Lunca de Jos,
4. Sândominic,
5. Avrămești,
6. Lunca de Sus.

Topul conține exemplele pozitive – și arată și faptul că din bugetul local se poate aloca un procent de 15-25% pentru sprijinirea culturii, sportului și a bisericilor. În aceste cazuri nu se poate utiliza media deoarece astfel am realiza o scădere, iar acest lucru ar fi contrar obiectivelor strategice.

Tabel 11 – Excedent bugetar conform angajărilor strategice (în lei)

Comune	2,700,000
Orașe	426,000
Municipii	7,300,000
Județ	3,200,000
	13,626,000

Excedentul bugetar este de 13.626.000 lei în total și recomandăm atingerea acestuia treptat, după cum urmează:

Tabel 12 – Creșterea resurselor pas cu pas (în lei)

	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Total	0	1,514,000	3,028,000	4,542,000	6,056,000	7,570,000	9,084,000	10,598,000
Comune	0	300,000	600,00	900,000	1,200,000	1,500,000	1,800,000	2,100,000
Orașe	0	47,333	94,667	142,000	189,333	236,667	284,000	331,333
Municipii	0	811,111	1,622,222	2,433,333	3,244,444	4,055,556	4,866,667	5,677,778

Luând în considerare faptul că resursele crescând trebuie repartizate univoc, vom detalia în cele ce urmează recomandarea noastră referitoare la modalitatea de a utiliza excedentul de resurse în concordanță cu obiectivele strategice:

Tabel 13 – Creșterea de resurse pe arii de activitate (în lei)²⁷

	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Total	0	1,514,000	3,028,000	4,542,000	6,056,000	7,570,000	9,084,000	10,598,000
Infrastructura culturală de bază	0	830,145	800,291	592,936	488,307	46,759	365,646	271,000
Biserici	0	151,400	302,800	454,200	605,600	757,000	908,400	1,059,800
Monumente	0	0	0	0	151,400	302,800	454,200	605,600
Activități noi	0	0	600,000	1,800,000	2,700,000	3,996,000	4,395,600	5,274,720
Programe regionale	0	90,000	180,000	270,000	360,000	450,000	540,000	630,000
Marketing	0	302,800	605,600	908,400	1,211,200	1,514,000	1,816,800	2,119,600
Activități de bază	0	0	-90,000	-270,000	-405,000	-600,000	-660,000	-726,000
Colecții muzee	0	0	250,000	267,500	285,000	302,500	320,000	337,500

Logica surplusului de finanțare se prezintă astfel:

- În primă fază este necesară consolidarea infrastructurii culturale de bază, precum și a programelor zonale, a teatrelor, a activităților rurale a ansamblurilor de dans, precum și a activităților rurale și noilor provocări pentru biblioteci, cât și sprijinirea adițională a bisericilor cu 10%. În cazul activităților adiționale este necesară alocarea unui sprijin bugetar premanent de 20% pentru marketing și comunicare.
- În 2023 va apărea primul eveniment nou, precum și sprijinirea activităților de colecționare publică și arheologică a muzeelor – sprijinirea sistemului instituțional actual va scădea, deoarece cheltuielile actuale de personal și altele trebuie integrate în cheltuielile de organizare a noilor evenimente.
- Începând cu 2025 propunem ca în cazul anumitor monumente ale județului aflate în pericol, să se sprijine o intervenție de urgență de păstrare a consistenței, precum și drept sarcină aceluiasi fond recomandăm, să se facă propuneri de evaluare pentru monumente de categoria B, în special acolo unde nu sunt astfel de monumente în evidență.

Propunerea de mai sus trasează doar dimensiuni și o logică, dar nu conține asumări bugetare concrete.

²⁷Deoarece bugetul unităților administrativ-teritoriale la timpul acceptării strategiei se conturează deja, și sunt valabile prevederile pentru 2021, pentru primul an surplusul de surse este de 0 lei. Anul 2021 este în primul rând pentru negocierile de introducere a strategiei, de alcătuire a parteneriatelor și de elaborare a primului buget strategic pentru anul 2022.

Este important de subliniat faptul că în perioada dintre anii 2021-2027 vor fi accesibile foarte multe resurse din Fondul European, de aceea se recomandă cu precădere ca în cazul dezvoltărilor locale și zonale să se planifice corespunzător și să se folosească programele LEADER/CLLD²⁸ care sunt inovative și au un caracter local. Suntem convinși, că o mare parte din excedentul de resurse necesar în perioada următoare se poate rezolva din oferte UE și din programe de colaborare.

Realizarea infrastructurii de bază, în special modernizarea sau reabilitarea fondului imobiliar, se poate realiza în primul rând din bugetele locale, care vor fi completate cu resurse naționale.

Modalitățile de folosire a bugetului sunt următoarele:

- Finanțarea instituțiilor culturale și artistice locale și județene să fie rezolvată din bugetul local în mod tradițional;
- Realizarea unui Fond Cultural Județean Harghita (FCJH) în măsura în care legile sau codul ce se pregătesc cu privire la cultură și patrimoniu o vor face posibilă – partea de venituri a FCJH va fi asigurată de unitățile administrative care vor adera la sistem, incluzând județul Harghita. În cazul în care un astfel de Fond nu se poate realiza, se poate înființa o asociație de organizare culturală (ADI²⁹), care ar funcționa precum întreprinderile comunale, administrând uniform sarcinile FCJH și CJSCH³⁰ (vezi mai jos).
- În primii trei ani evenimentele noi (festivaluri, etc.) să fie contractate cu finanțări de bugete pe mai mulți ani, iar în perioada rămasă cu contracte de concesiune (cu o taxă de concesiune proporțională de cel puțin 10%, care va fi folosită pentru FCJH) pe bază de procedee publice.

²⁸ LEADER - Liaison EntreActions pour le Developpement de l'EconomieRurale – Legăturile dintre economia rurală și acțiunile de dezvoltare'

CCLD - Community-led local development – DLRC – Dezvoltare locală plasată sub responsabilitatea comunității

²⁹ ADI - Asociația de Dezvoltare Intercomunitară

³⁰ CJSCH – Centru Județean de Servicii Culturale - Harghita

- Pe lângă FCJH trebuie realizat un centru județean de servicii culturale (CJSCH), care elaborează așteptările referitoare la activitățile culturale județene, fixează sarcinile și contractează serviciile externe (tehnică, marketing, comunicare, condițiile burselor și procedeele concesionale).
- În cazul programelor zonale se recomandă înființarea unor asociații de dezvoltare zonală sau de zone metropolitane, respectiv lărgirea domeniilor de aplicare cu sarcini culturale.
- În fiecare caz în parte trebuie analizată posibilitatea atragerii de fonduri nerambursabile (Fonduri UE, oferte directe UE, resurse guvernamentale, sponsorizări), în acest caz sursa de buget înseamnă o povară mai mică pentru bugetele locale, în același timp se poate folosi ca o soluție temporară, pentru a susține fluiditatea banilor în proiect.

VII. Adaptarea la strategiile anterioare

Sistemul țintă al strategiilor anterioare³¹ a fost:

- I. Integrarea în procesele politicii de dezvoltare are un rol activ în procesele regiunii în ceea ce privește modernizarea, competitivitatea și piața forței de muncă;
- II. Creșterea rolului în ceea ce privește consolidarea și reprezentarea identității regionale, locale și microregionale (creșterea puterii atractive, construirea de destinație);
- III. Îmbunătățirea calității vieții, asigurarea accesului populației la bunurile și serviciile culturale, consolidarea coeziunii sociale, intensificarea participării sociale;
- IV. Încurajarea și gestionarea creativității și a inovației.

În Tabelul 14 vom prezenta conexiunile dintre sistemul de scopuri al strategiei noi și ale celei reînnoite. În acest tabel semnul + înseamnă că cele două sisteme de scopuri se întâlnesc, în timp ce semnul – arată că nu se întâlnesc, sau conexiunile dintre ele sunt slabe. Din tabel se poate vedea că cele două sisteme de scopuri fac propuneri asemănătoare, în același timp, sunt însă importante și diferențele, cum ar fi că valorile sinergetice de pe rândul 3, 2, 8 și 3, deci strategia actuală reînnoită, în conformitate cu așteptările centrate pe individ, rimează în primul rând cu scopul III., adică elementul numit „Îmbunătățirea calității vieții, asigurarea accesului populației la bunurile și serviciile culturale, consolidare a coeziunii sociale, intensificarea participării sociale”.

³¹Vezi Strategia de Dezvoltare Culturală a Județului Harghita pe perioada 2013-2020 <http://ccenter.ro/ro/informatii-publice/> (punctul 11.)

Tabel 14.–Noul sistem țintă și sistemul țintă al strategiei anterioare

	Integrarea în procesele politicii de dezvoltare are un rol activ în procesele regiunii în ceea ce privește modernizarea, competitivitatea și piața forței de muncă	Creșterea rolului în ceea ce privește consolidarea și reprezentarea identității regionale, locale și microregionale (creșterea puterii atractive, construirea de destinație)	Îmbunătățirea calității vieții, asigurarea accesului populației la bunurile și serviciile culturale, consolidarea coeziunii sociale, intensificarea participării sociale	Încurajarea și gestionarea creativității și a inovației
Realizarea unei infrastructuri culturale de bază de calitate ridicată, care poate fi utilizată în siguranță în fiecare zonă	+	-	+	-
Consolidarea rolului generator de valori al culturii religioase și bisericești	-	-	+	-
Protejarea orientată a patrimoniului construit, creșterea numărului clădirilor patrimoniale, popularizarea patrimoniului construit	-	+	+	+
Elaborarea și realizarea de noi inițiative, în primul rând extinderea inovativă a ofertei culturale, ținând cont și de posibilitățile existente în turismul cultural	+	-	+	+

	Integrarea în procesele politicii de dezvoltare are un rol activ în procesele regiunii în ceea ce privește modernizarea, competitivitatea și piața forței de muncă	Creșterea rolului în ceea ce privește consolidarea și reprezentarea identității regionale, locale și microregionale (creșterea puterii atractive, construirea de destinație)	Îmbunătățirea calității vieții, asigurarea accesului populației la bunurile și serviciile culturale, consolidarea coeziunii sociale, intensificarea participării sociale	Încurajarea și gestionarea creativității și a inovației
Organizarea zonală a infrastructurii culturale de bază conform diviziunii teritoriale a muncii, având în vedere și localitățile din județele învecinate ca arii de atracție culturală	+	+	+	-
Intensificarea comunicării online și întărirea elementelor de imagine ale evenimentelor și activităților de interes local, zonal, județean sau, după caz, internațional și consolidarea reputației artistice a județului prin diferite programe de bursă	-	-	-	+

	Integrarea în procesele politicii de dezvoltare are un rol activ în procesele regiunii în ceea ce privește modernizarea, competitivitatea și piața forței de muncă	Creșterea rolului în ceea ce privește consolidarea și reprezentarea identității regionale, locale și microregionale (creșterea puterii atractive, construirea de destinație)	Îmbunătățirea calității vieții, asigurarea accesului populației la bunurile și serviciile culturale, consolidarea coeziunii sociale, intensificarea participării sociale	Încurajarea și gestionarea creativității și a inovației
Consolidarea rolului profesional al muzeelor, în primul rând prin susținerea activităților de restaurare, de arheologie și de pedagogie muzeală	-	-	+	-
Îmbunătățirea accesului la cultură a locuitorilor din mediul rural, în primul rând prin deplasarea în sate a spectacolelor de teatru și de dans din orașe	-	-	+	-
Vitalizarea rețelei de biblioteci prin sprijinul profesional al bibliotecii județene și inițiativa de creștere a fondului de carte la nivel județean	-	-	+	-
Valoare sinergetică:	3	2	8	3

Pe baza tabelului Tabel 14 clar că nu există un scop detaliat care ar fi în contradicție cu scopurile strategiei anterioare. Cele mai importante două mesaje în legătură cu aceasta sunt:

- pe de o parte, metodologia și cadrul teoretic al elaborării strategiei este alta, de aceea sistemul de scopuri reînnoit este mai puțin abstract, formulează mai ales scopuri concrete, care provin în primul rând din așa numita concepție a „dezvoltării centrate pe individ /om” al proiectelor de planificare strategică la nivel de județ;
- pe de altă parte, sarcini trasate în strategii anterioare pot fi asumate în continuare, atâta timp cât acestea corespund principiilor orizontale ale strategiei reînnoite, cum ar fi:
 - Să trăim cultura, să o experimentăm prin participare, susținerea familiilor;
 - Aspirația spre profesionalism și exigență artistică;
 - Înregistrarea și evaluarea feed-back-urilor din partea utilizatorilor;
 - Incluziune socială;
 - Multilingvism;
 - Comunicare eficace;
 - Adiționalism, contribuție din partea utilizatorilor (de ex. voluntariat, plata pentru servicii culturale, inclusiv bonusuri și premii pentru voluntari,etc);
 - Eficiență energetică și utilizarea abordărilor favorabile mediului.

În acest sens strategia reînnoită conține sarcinile strategiei anterioare și așa-numitele pachete de programe, cu condiția că în fiecare caz în parte trebuie asigurate - atunci când vine vorba de realizări concrete – principiile orizontale enumerate mai sus.

Tabelul 15 conține noua numerotare a pachetelor de programe și după acceptarea strategiei actuale se vor utiliza acestea în deciziile politice publice; vezi mai departe într-o structură unitară capitolul *Tabel cumulativ cu programele și subprogramele strategice (Tabelul 17.)*

Tabel 15 –Tabelul de numerotare a pachetelor de programe al strategiei anterioare

Numerotare nouă	Numerotare veche	Denumire
10	9.4.1/1	Reformă instituțională structurală și funcțională
11	9.4.2/2	Validarea paradigmei de economie a cunoașterii
12	9.4.3/3	Crearea sinergiilor între competențe, instituții și sectoare
13	9.4.4/4	Sprijinirea consumului cultural conștient
- ³²	9.4.5/5	Consolidarea proceselor de construire a destinației
-	9.4.6/6	Lărgirea cantității și gamei produselor culturale regionale
-	9.4.7/7	Încurajarea și gestionarea proceselor inovatoare și creative
-	9.4.8/8	Participarea pe piața forței de muncă

Strategia anterioară s-a bazat pe pachete de programe, în timp ce varianta actuală formulează propuneri bazându-se pe principiile de inovație, reînnoire și concentrarea pe oameni. În același timp, ambele variante se bazează pe serviciile culturale de bază care trebuie susținute, și în ciuda faptului că nu sunt noutăți, fără continuarea, susținerea acestora nu se poate imagina formularea nici unui scop strategic rațional.

³²Pachetele de programe astfel marcate „-” nu trebuie continuate, atâta timp cât elementul corespunzător este cuprins într-una din programele numerotate cu 1-9 al noii strategii, dar cu conținut noțional și practic foarte diferit.

VIII. Impacte economice estimate

Sarcinile noi, adiționale ce figurează în strategia actuală ajung la suma de 13 milioane de lei anual. Majoritatea acestora contribuie pe termen scurt și mediu la creșterea gradului de atractivitate turistică a județului, la valorificarea eficientă a creațiilor realizate în județ, și implicit au un rol semnificativ în crearea noilor locuri de muncă și în creșterea economică, în general.

Impactul de creare a noilor locuri de muncă – pentru 290 de persoane până în 2030:

- 150 persoane în turism,
- 110 persoane în sectoarele de servicii adiacente,
- 30 persoane direct în sectorul cultural.

Valoarea estimată a creșterii economice este de 95 de milioane de lei în 2030 față de 2020:

- Turism și sectoarele adiacente : 80 de milioane de lei,
- Industria creativă și design : 10 milioane de lei,
- Comercializarea producțiilor culturale (opere de artă, publicații etc.): 5 milioane de lei.

Cele 13 milioane de lei menționate înseamnă aproximativ un surplus de investiție privată de 5 milioane lei, anual. Deoarece județul nostru are un GDP anual de aproximativ 11 mii de milioane lei, putem spune că aceste dezvoltări culturale contribuie cu 0,8% la creșterea economiei. Locurile de muncă vor crește cu 0,4% de la cei 68 de mii de angajați existenți la ora actuală.

Accentuăm faptul că acest surplus de 13 milioane de lei aduce anual o creștere economică de 95 milioane de lei, deci raportul dintre cheltuieli-profit este de 7,3.

IX. Anexa: Liste și tabele

Lista hărților

Harta 1 - Unități administrativ teritoriale a județului Harghita	37
Harta 2– Muzee cu program de vizită permanent	38
Harta 3 – Case tradiționale, muzee cuprogram de vizită periodic, colecții.....	39
Harta 4 – Case memoriale.....	40
Harta 5 – Monumente și ansamblurile de monumente: A.....	41
Harta 6 – Monumente și ansambluri de monumente: B.....	42
Harta 7 – Case de cultură reabilitate	43
Harta 8 - Numărul turiștilor sosiți în localitatea respectivă.....	44
Harta 9 - Numărul unităților de cazare	45
Harta 10 - Teatre	46
Harta 11 – Ansambluri profesionale.....	47
Harta 12 – Trupe de dans (amatori)	48
Harta 13 – Orchestre de fanfară.....	49
Harta 14 - Trupe de teatu amator	50
Harta 15 - Noi evenimente mediatizate.....	51
Harta 16 - Atracții turistice peste media județeană (min. 3453 turiști)	53
Harta 17 - Unități de cazare peste media județeană (min. 6).....	55
Harta 18 - Noi evenimente accesibile (min. 2)	57
Harta 19 – Buget local cu o performanță superioară față de media județeană (min. 2 investiții publice sau colecții)	58
Harta 20 - Comunitate activă: orchestră de fanfară, trupe de dans, trupe de teatru (min. 3).....	59
Harta 21– Indice cultural comunitar: ICC.....	61
Harta 22 – Zone de deservire în contextul planificării de dezvoltare teritorială a județului	63
Harta 23 – Zone de deservire și indicele cultural comunitar, arii de atracție externe județului.....	64

Lista figuri

Figură 1. – Cultură, sport, spații verzi, culte în bugetele locale ale comunelor – 2019	93
Figură 2- Cultură, sport, spații verzi, culte în bugetele locale ale orașelor – 2019	94
Figură 3– Cultură, sport, spații verzi, culte în bugetele locale ale municipiilor – 2019.....	95
Figură 4–Cultură, sport, spații verzi, culte în bugetele județene – 2019.....	97
Figură 5–Cultură, sport, spații verzi, culte în bugetele locale – 2019	98

Lista tabelelor

Tabel 1– Proiect de buget pentru dezvoltarea infrastructurii culturale de bază (în lei) ...	70
Tabel 2 - Proiect de buget pentru sprijinirea activităților culturale din cadrul bisericilor (în lei)	71
Tabel 3–Proiect de buget pentru valorificarea monumentelor (în lei)	73
Tabel 4– Proiect de buget pentru noi inițiative culturale (în lei)	75
Tabel 5 – Proiect de buget pentru programe zonale (în lei)	76
Tabel 6– Proiect de buget pentru marketing și comunicare (în lei)	78
Tabel 7– Proiect de buget pentru consolidarea rolurilor colecțiilor și a muzeelor (în lei) ..	79
Tabel 8 – Proiect de buget pentru activități rurale (în lei)	80
Tabel 9 –Proiect de buget pentru noile sarcini ale bibliotecilor (în lei)	82
Tabel 10–Asumarea rolului de către cei mai importanți actori (în o mie de lei)	91
Tabel 11 – Excedent bugetar conform angajărilor strategice (în lei)	99
Tabel 12 – Creșterea resurselor pas cu pas (în lei).....	99
Tabel 13 – Creșterea de resurse pe arii de activitate (în lei)	100
Tabel 14.–Noul sistem țintă și sistemul țintă al strategiei anterioare	104
Tabel 15 –Tabelul de numerotare a pachetelor de programe al strategiei anterioare ...	108
Tabel 16 – Tabel cumulativ al obiectivelor specifice și al programelor strategice	113
Tabel 17 – Tabel cumulativ al programelor și subprogramelor strategice.....	115
Tabel 18 – Tabel cumulativ al obiectivelor, programelor și subprogramelor strategice ..	118

Tabel cumulativ al obiectivelor specifice și al programelor strategice

Tabel 16 – Tabel cumulativ al obiectivelor specifice și al programelor strategice

Obiective specifice	Programe
I. Realizarea unei infrastructuri culturale de bază de calitate ridicată, care poate fi utilizată în siguranță în fiecare zonă	1. Asigurarea serviciilor și infrastructurii culturale de bază 10. Reformă instituțională structurală și funcțională 11. Impunerea paradigmei de bogăția cunoașterii 12. Realizarea de sinergii între competențe, instituții și sectoare
II. Consolidarea rolului generator de valori al culturii religioase și bisericești	2. Sprijinirea activităților culturale a bisericilor 12. Realizarea de sinergii între competențe, instituții și sectoare
III. Protejarea orientată a patrimoniului construit, creșterea numărului clădirilor patrimoniale, popularizarea patrimoniului construit	3. Valorificarea monumentelor cu scopul de a sporii atractivitatea zonei 12. Realizarea de sinergii între competențe, instituții și sectoare
IV. Elaborarea și realizarea de noi inițiative, în primul rând extinderea inovativă a ofertei culturale, ținând cont și de posibilitățile existente în turismul cultural	4. Noi inițiative culturale 12. Realizarea de sinergii între competențe, instituții și sectoare
V. Organizarea zonală a infrastructurii culturale de bază conform diviziunii teritoriale a muncii, având în vedere și localitățile din județele învecinate ca arii de atracție culturală	5. Programe de cooperare zonale 13. Sprijinirea și îndemnul la un consum conștient al culturii
VI. Intensificarea comunicării online și întărirea elementelor de imagine ale evenimentelor și activităților de interes local, zonal, județean sau, după caz, internațional și consolidarea reputației artistice a județului prin diferite programe de bursă	6. Marketing și comunicare, tehnică 12. Realizarea de sinergii între competențe, instituții și sectoare 13. Sprijinirea și îndemnul la un consum conștient al culturii

Obiective specifice	Programe
VII. Consolidarea rolului profesional al muzeelor, în primul rând prin susținerea activităților de restaurare, de archeologice și de pedagogie muzeală	7. Consolidarea rolurilor colecțiilor, muzeelor
VIII. Îmbunătățirea accesului la cultură a locuitorilor din mediul rural, în primul rând prin deplasarea în sate a spectacolelor de teatru și de dans din orașe	8. Programe pentru mediu rural 13. Sprijinirea și îndemnul la un consum conștient al culturii
IX.Vitalizarea rețelei de biblioteci prin sprijinul profesional al bibliotecii județene și inițiativa de creștere a fondului de carte la nivel județean	9. Noile provocări pentru biblioteci 13.Sprijinirea și îndemnul la un consum conștient al culturii

Tabel cumulativ al programelor și subprogramelor strategice
Tabel 17 – Tabel cumulativ al programelor și subprogramelor strategice

Programe		Subprograme	
1	Asigurarea serviciilor și infrastructurii culturale de bază	1.1	Achiziționarea de echipamente pentru școlile de artă
		1.2	Dezvoltare de conținut și dezvoltarea resurselor umane pentru predarea disciplinelor de arte
		1.3	Educație comunitară
		1.4	Artizanat în educația profesională
		1.5	Spații comunitar-creative
		1.6	Reabilitarea caselor culturale și transformarea în clădiri multifuncționale
		1.7	Case de cultură modernizate - capabile să găzduiască evenimente de artele spectacolelor în fiecare regiune
		1.8	Opere de artă plastică în spații publice și în clădiri publice
2	Sprijinirea activităților culturale ale bisericilor	2.1	Susținerea corurilor bisericești, a muzicii ecleziastică / bisericească
		2.2	Susținerea activităților caritativ- culturale ale bisericii
		2.3	Renovarea imobilelor bisericești în beneficiul comunității
		2.4	Susținerea, îngrijirea colecțiilor istorice a bisericilor și a valorilor istorice de artă
3	Valorificarea monumentelor cu scopul de a spori atractivitatea zonei	3.1	Prezervarea de urgență a monumentelor
		3.2	Monumente de categoria B noi
		3.3	Marcarea unitară a monumentelor
4	Noi inițiative culturale	4.1	Diferite festivalul tematice
		4.2	Program de rezidență (artă)
		4.3	Cercetarea culturii și a artei
		4.4	Sprijin pentru ateliere și activități științifice, comunități pentru promovarea științei
		4.5	Digitalizarea culturii
		4.6	Creșterea numărului de consumatori culturali
		4.7	Parteneriat urbanistic
		4.8	Utilizarea adecvată a peisajului cultural

Programe		Subprograme	
5	Programe de cooperare zonale	5.1	Inițiative culturale zonale
		5.2	Educație culturală pentru instituții școlare
		5.3	Sprijinul profesional al grupurilor autodidacte
		5.4	Tezaur de valori zonale
6	Marketing și comunicare, tehnică	6.1	Managementul de evenimente
		6.2	Expoziții și târguri în străinătate
		6.3	Asigurarea condițiilor tehnice
		6.4	Unitățile de cazare susținătoare de valori culturale
		6.5	Așezare culturală și ghid de participare socială pentru evenimente culturale
		6.6	Căutarea și gestionarea talentelor
7	Consolidarea rolurilor colecțiilor, muzeelor	7.1	Dezvoltarea și asigurarea activității de restaurare
		7.2	Asigurarea condițiilor necesare arheologiei
		7.3	Îmbogățirea, întreținerea și valorificarea colecțiilor
		7.4	Coordinarea profesională a caselor tradiționale și memoriale
		7.5	Digitalizarea colecțiilor
8	Programe pentru mediu rural	8.1	Poziționarea artelor spectacolelor
		8.2	Invitarea furnizorilor de servicii culturale externi
		8.3	Mobilitate referitoare la consum cultural
9	Noile provocări pentru biblioteci	9.1	Bibliotecă sustenabilă
		9.2	Creșterea stocului de carte
		9.3	Susținere profesională
10	Reformă instituțională structurală și funcțională	10.1	Formarea funcțiilor de prestare, furnizare/management
		10.2	Formarea sistemului intern de calitate
		10.3	Construirea sistemului instituțional și de monitorizare
11	Validarea paradigmei de economie a cunoașterii	11.1	Reînnoirea metodelor și tehnicilor managementului cultural
		11.2	Dezvoltarea unui centru regional metodologic și de transfer de cunoștințe
		11.3	Elaborarea unui suport e-learning regional care sprijină perfecționarea în mod continuu

Programe		Subprograme	
12	Crearea sinergiilor între competențe, instituții și sectoare	12.1	Construirea unor clustere intersectoriale care sprijină colaborarea strategică, pe bază de proiecte
		12.2	Alcătuirea cadrelor sinergiilor între competențe
		12.3	Crearea unui consiliu strategic județean intersectorial
		12.4	Pachet de subprograme pentru colaborare intersectoriale
13	Sprijinirea consumului cultural conștient	13.1	Subprograme tematice anuale care promovează consumul conștient de cultură
		13.2	Subprograme pentru egalitatea de șanse a categoriilor dezavantajate
		13.3	Competiții culturale, concursuri, mișcări
		13.4	Antreprenori pentru cultură
		13.5	Monitorizarea consumului cultural

Tabel cumulativ al obiectivelor, programelor și subprogramelor strategice

Tabel 18 – Tabel cumulativ al obiectivelor, programelor și subprogramelor strategice

Obiective specifice	Programe		Subprograme	
I. Realizarea unei infrastructuri culturale de bază de calitate ridicată, care poate fi utilizată în siguranță în fiecare zonă	1	Asigurarea serviciilor și infrastructurii culturale de bază	1.1	Achiziționarea de echipamente pentru școlile de artă
			1.2	Dezvoltare de conținut și dezvoltarea resurselor umane pentru predarea disciplinelor de arte
			1.3	Educație comunitară
			1.4	Artizanat în educația profesională
			1.5	Spații comunitar-creative
			1.6	Reabilitarea caselor culturale, și transformarea în clădiri multifuncționale
			1.7	Case de cultură modernizate - capabile să găzduiască evenimente de artele spectacolelor în fiecare regiune
			1.8	Opere de artă plastică în spații publice și în clădiri publice
II. Consolidarea rolului generator de valori al culturii religioase și bisericești	2	Sprijinirea activităților culturale ale bisericilor	2.1	Susținerea corurilor bisericești, a muzicii ecleziaștică / bisericească
			2.2	Susținerea activităților caritativ- culturale ale bisericii
			2.3	Renovarea imobilelor bisericești în beneficiul comunității
			2.4	Susținerea, îngrijirea colecțiilor istorice a bisericilor și a valorilor istorice de artă
III. Protejarea orientată a patrimoniului construit, creșterea numărului clădirilor	3	Valorificarea monumentelor cu scopul de a spori atractivitatea zonei	3.1	Prezervarea de urgență a monumentelor
			3.2	Monumente de categoria B noi
			3.3	Marcarea unitară a monumentelor

Obiective specifice	Programe		Subprograme	
patrimoniale, popularizarea patrimoniului construit				
IV. Elaborarea și realizarea de noi inițiative, în primul rând extinderea inovativă a ofertei culturale, ținând cont și de posibilitățile existente în turismul cultural	4	Noi inițiative culturale	4.1	Diferite festivalul tematice
			4.2	Program de rezidență (artă)
			4.3	Cercetarea culturii și a artei
			4.4	Sprijin pentru ateliere și activități științifice, comunități pentru promovarea științei
			4.5	Digitalizarea culturii
			4.6	Creșterea numărului de consumatori culturali
			4.7	Parteneriat urbanistic
			4.8	Utilizarea adecvată a peisajului cultural
V. Organizarea zonală a infrastructurii culturale de bază conform diviziunii teritoriale a muncii, având în vedere și localitățile din județele învecinate ca arii de atracție culturală	5	Programe de cooperare zonale	5.1	Inițiative culturale zonale
			5.2	Educație culturală pentru instituții școlare
			5.3	Sprijinul profesional al grupurilor autodidacte
			5.4.	Tezaur de valori zonale
VI. Intensificarea comunicării online și întărirea elementelor de imagine ale evenimentelor și activităților de interes local, zonal, județean sau, după caz, internațional, și consolidarea reputației artistice a județului prin	6	Marketing și comunicare, tehnică	6.1	Managementul de evenimente
			6.2	Expoziții și târguri în străinătate
			6.3	Asigurarea condițiilor tehnice
			6.4	Unitățile de cazare susținătoare de valori culturale
			6.5	Așezare culturală și ghid de participare socială pentru evenimente culturale
			6.6	Căutarea și gestionarea talentelor

Obiective specifice	Programe		Subprograme	
diferite programe de bursă				
VII. Consolidarea rolului profesional al muzeelor, în primul rând prin susținerea activităților de restaurare, de arheologice și de pedagogie muzeală	7	Consolidarea rolurilor colecțiilor, muzeelor	7.1	Dezvoltarea și asigurarea activități de restaurare
			7.2	Asigurarea condițiilor necesare arheologiei
			7.3	Îmbogățirea, întreținerea și valorificarea colecțiilor
			7.4	Coordinarea profesională a caselor tradiționale și memoriale
			7.5	Digitalizarea colecțiilor
VIII. Îmbunătățirea accesului la cultură a locuitorilor din mediul rural, în primul rând prin deplasarea în sate a spectacolelor de teatru și de dans din orașe	8	Programe pentru mediu rural	8.1	Poziționarea artelor spectacolelor
			8.2	Invitarea furnizorilor de servicii culturale externi
			8.3	Mobilitate referitoare la consum cultural
IX. Vitalizarea rețelei de biblioteci prin sprijinul profesional al bibliotecii județene și inițiativa de creștere a fondului de carte la nivel județean	9	Noile provocări pentru biblioteci	9.1	Bibliotecă sustenabilă
			9.2	Creșterea stocului de carte
			9.3	Susținere profesională
I. Realizarea unei infrastructuri culturale de bază de calitate ridicată, care poate fi utilizată în siguranță în fiecare zonă	10	Reformă instituțională structurală și funcțională	10.1	Formarea funcțiilor de prestare, furnizare/management
			10.2	Formarea sistemului intern de calitate
			10.3	Construirea sistemului instituțional și de monitorizare

Obiective specifice	Programe		Subprograme	
I	11	Validarea paradigmei de economie a cunoașterii	11.1	Reînnoirea metodelor și tehnicilor managementului cultural
			11.2	Dezvoltarea unui centru regional metodologic și de transfer de cunoștințe
			11.3	Elaborarea unui suport e- learning regional care sprijină perfecționarea în mod continuu
I,II, III, IV, VI	12	Crearea sinergiilor între competențe, instituții și sectoare	12.1	Construirea unor clustere intersectoriale care sprijină colaborarea strategică, pe bază de proiecte
			12.2	Alcătuirea cadrelor sinergiilor între competențe
			12.3	Crearea unui consiliu strategic județean intersectorial
			12.4	Pachet de subprograme pentru colaborare intersectoriale
V, VI, VIII, IX	13	Sprijinirea consumului cultural conștient	13.1	Subprograme tematice anuale care promovează consumul conștient de cultură
			13.2	Subprograme pentru egalitatea de șanse a categoriilor dezavantajate
			13.3	Competiții culturale, concursuri, mișcări
			13.4	Antreprenori pentru cultură
			13.5	Monitorizarea consumului cultural