

ОБРАЗИ НА ГРАД ПЛОВДИВ – ВЪЗНИКВАНЕ И УПОТРЕБИ¹

Васил Караджов, асистент в Институт за балканистика с Център по тракология,
Българска академия на науките

Резюме: Настоящата статия представя няколко от изявените образи на град Пловдив, формирани от исторически, географски и икономически фактори. Разглежда се тяхната роля както за развитието на самия град, така и за възникването на негови популярни и разпознаваеми образи. Пловдив – древен и вечен, Градът на седемте тепета и Индустриален център на България, намират своите употреби в градски политики, в ежедневието на хората и в създаването на положителен имидж на града.

Ключови думи: *град, образи на града, Пловдив*

Abstract: This article presents several of the prominent images of the city of Plovdiv, formed by historical, geographical and economic factors. Their role is considered both for the development of the city itself and for the emergence of its popular and recognizable images. Plovdiv – ancient and eternal, the City of the Seven Hills and the Industrial Center of Bulgaria, find their uses in urban policies, in people's daily lives and in creating a positive image of the city.

Key words: *city, images of the city, Plovdiv*

Градът е обект на изследване на различни социални и хуманитарни научни дисциплини: история, културология, антропология, социология, културна география, психология, политически науки и други. Всяка една от тях изпробва собствени подходи към градската проблематика, разглеждайки града като среда на местообитания, жизнено пространство и социални взаимодействия. Взаимодействията на човека с градското пространство водят до възприемане на външния вид, оформен както от ландшафт и архитектура, така и от емоционалната атмосфера, създадена от културната градска среда. При това за повечето хора процесът на взаимодействие с града е неосъзнат, както са неосъзнати и образите, породени от този процес. Като резултат от взаимните връзки се получава формирането на една многослойна и разнообразна

¹ Подготовката на този текст е осъществена с финансовата подкрепа на Национална програма „Млади учени и постдокторанти“, приета с РМС 5777/17.08.2018 г., в която участва авторът.

система от градски образи, съставена от понякога на пръв поглед несвързани множества от индивидуални и колективни образи на града. Те обаче могат да се допълват или да си противоречат, но представляват един феномен, който може да се разглежда като културен и градски капитал, който добре проучен и управляван може да подобри градските политики. Ключови се оказват въпросите дали тези субективни и многоаспектни образи на града могат да намерят пресечни точки като се обединят в система, как те могат да се включат в целенасочена концепция за имиджа на градовете и каква може да бъде методиката за тяхното идентифициране, изучаване и употреби.

Понятието образ активно се използва в различни области на знанието, заради своя теоретичен и емпиричен принос в изучаването на различни природни, социални и културни явления на реалността. Понятието е често срещано във философията и психологията, активно се използва в изобразително изкуство, литература, фотография, архитектура, като се е превърнало в сложен и многостранен феномен и интердисциплинарно понятие. То има няколко и различни значения. Под образ може да се разбира зрително впечатление или външен вид, изображение, представа за нещо, обобщено представяне на действителността, характер, езиково изграждане (Буров 2001:541). Общото на всички тези значения се състои в това, че образът е начин на взаимодействие на човека със заобикалящия го свят, посредник между външната реалност и човешкото съзнание. Образът винаги се основава на реални явления, обекти или събития. Той не съществува самоцелно, а е изображение на нещо – човек, случка или пространство. Образът отразява действителността, но това може да се случи по различен начин по отношение на две сфери: реална действителност и процес на мислене. Всяка от тях предполага различен подход в използването на категорията образ. В първия случай на образа може да се гледа като част от реалната действителност, визуално представяне на външния вид на някого или на нещо. Образът е зрително впечатление, подобие на нещо, негово изображение, огледално изобразяване, изглед, облик, лице, външен вид. Във втория случай образът е резултат на когнитивен процес, свързан с представата за нещо конкретно, което дори може да отсъства от зрителното поле, отразено в съзнанието на отделен човек или група от хора. Образът зависи от начина, по който различните хора виждат света около себе си, възприемат заобикалящата ги среда, способността им да създават мисловни представи, техния интелект, култура, социална среда, стереотипи. Образът може да се разбира като ментален образ, мнение, представа, имидж, репутация, художествен образ. Двата

подхода могат да доведат и до две различни категории на **Образа като отражение** и **Образа като представа**. В първия случай образът се мисли като нещо визуално и много често се свързва с фотографията. В други случаи, те са резултат на конструирана ментална структура. Според историкът на изкуството Ханс Белтинг, „образите са едновременно извън и вътре в нас, те се пораждаат и възприемат чрез телата и различни посредници в конкретния свят, в който се намираме. Те не *съществуват* самостоятелно, а *стават*, те *се случват*” (Белтинг 2016).

Когато се говори за образи на град, също може да се подходи по този начин. В първия случай, когато се разглежда градът като резултат на архитектура, планиране и градоустройство, той съществува под някаква определена физическа форма, която от своя страна създава и своите отражения. Но градът е постоянно променяща се структура и в него много неща се видоизменят, усъвършенстват или изчезват. Така създадените от тях визуални образи също се променят, но тъй като те имат своето физическо отражение, могат да се запаметят по някакъв начин. Архитектурни планове, карти, схеми на градски системи могат да покажат как изглежда или е изглеждал в минал период даден град. Всеки отделен елемент на града също има своя проектиран образ и погледнат от различни ъгли, произвежда собствена образност. Още повече образи се произвеждат с помощта на фотографията. Под формата на картичка в хиляден тираж, снимка в социалните мрежи на краен градски квартал или пък кадри на един и същ обект в различен час, сезон или исторически период, съществуват безброй много изображения на градовете и показват как те изглеждат. Градът като машина или сложен апарат, съдържащ своите си “болтчета и гайки”, може да се прегледа, преброи, премери; градът като организъм се състои от социум, притежаващ свой ритъм на живот, пулс и дух на мястото. Той може да се разглежда както “инженерно”, така и органично, като за втория подход удобно средство се оказват случващите се градски образи, отразяващи представите на хората. Така в по-широк смисъл, образите на града могат да се мислят като комбинация от негови характеристики, отразени в съзнанието на хората. Те са съставна част и от други сложни и важни понятия като облик, имидж, репутация и бранд на градовете. Имиджът е „образ, който е създаден в обществото за отделен човек, група, институция, държава”², често обработван от професионалисти с цел да предизвика някакво впечатление, мнение, отношение у другите. Изкуствено създаван и усъвършенстван от администрацията, медии и изявени обществени

² Български тълковен речник

личности. Репутацията – това са ценностни убеждения, мнения за региона, развиващи се на базата на факти, личен опит за взаимодействие в обществото в региона.

Репутацията, от друга страна, събира в себе си убеждения, мнения на “определена социална група или на обществото като цяло, по отношение на личностните достойнства или пък недостатъци на някого, тоест за конкретна личност или за група от хора, както и за организации, според определени критерии. Репутацията може да се смята за компонент на идентичността, която се дефинира, която се вижда от другите” (Павлова 2015). Градската репутация се формира от общественото мнение и оценката на хората на базата на личен опит или на друга информация.

В съвременния свят, който се движи от пазарната икономика и конкуренция, градовете, поставени на глобалната карта, все по-силно се нуждаят да покажат най-доброто от себе си, за да се наложат като разпознаваеми, значими и уникални за останалата част от света. Затова помага маркетинга и създаването на градски бранд. „Аналогично на стоките за масово потребление, страните, градовете и регионите също притежават свойствени характеристики (исторически, културни, религиозни, промишлени, туристически, етнографски и пр.). Брандът работи именно с тези особености, оценява силните и слабите им страни, привлекателните им белези, акцентира и развива уникалните свойства и активи, за да презентира региона като забележителен, самобитен и примамлив” (Кабакчиева). При успешна градска маркетингова стратегия, добре работещият бранд може да привлече в града чуждестранни инвестиции, да раздвижи икономиката, да подобри качеството на живот на местните жители и да увеличи самочувствието им, да привлече туристи.

Като част от всеки един от тези елементи, образите на града могат да се разбират като капитал за развитието и усъвършенстването на градовете. Те не са толкова видими с просто око, но е важно да се знае как възникват и как се употребяват след това. Един пример за подобен анализ може да бъде град Пловдив, който има дълга история, интересно разположение, развита култура и динамичен живот – фактори, които формират различни разпознаваеми градски образи.

Пловдив – древен и вечен

Историята е мощен фактор за формиране на градски образи. Благодарение на дългото си съществуване, един от наложените образи на Пловдив е на древен град.

Предпоставките за създаването на този образ са исторически обусловени и подкрепени от хилядолетното му съществуване, което е оставило и до днес своите следи под формата на исторически хроники, археологически обекти, човешка култура и градска памет. Градът под различни форми и обеми съществува и е обитаван по времето на Траките, Римската, Византийската, Латинската, Османската империи, Първа, Втора и Трета Българска държава, Европейския съюз. Важно е да се отбележи, че този образ на древен град има своите основания като реално отразява съществуваща история, подкрепена с доказателства. „Историята на днешния град Пловдив започва някъде в неолита – новокаменната епоха. Тя обхваща един период от около 6000 г.” (Стамов, Ботушарова, Коларова 1960:11). Разбира се за доказването на толкова дълъг период от време от огромно значение са археологическите и епиграфски артефакти. Останките на две тракийски селищни могили – до Филипово и парк Лаута, и две първобитни селища върху хълмовете на Джендем тепе и Небет тепе, дават основание да се смята, че още тогава в територията на съвременния град е имало поселения. По-късно във времената след Новата ера, градът е отбелязван като „най-блестящ град в Тракия”. За това дава основание написаното от античния писател Лукиан през II в. от н.е. „Кълна се в Зевс, Херакле, най-големият и най-красивият от всички! Наистина отдалеч блести красотата му. И една огромна река преминава покрай него, като го докосва съвсем от близо.” (Шаранков 2002). Първият даден пример на археологически обекти доказва древността на града, а вторият на античен литературен текст – неговото величие и значение в миналото. Те са често давано доказателство и активно се използват от институции, медии и туристически организации в популяризирането на образа на Пловдив като древен град не само в България, но и по света, град, който се съизмерва със световноизвестните исторически и туристически градове и дори превъзхожда повечето от тях по древност. Пловдив е един от най-старите градове в Европа. Твърди се, че е съвременник на Троя и Микена, но е по-древен от Рим, Атина и Константинопол.³

От всеки от тези периоди в историческите хроники са запазени различни имена на града. Те са свидетелство за промените в историческите епохи и народите населяващи и владеещи територията. Смяната на епохите е водило и до смяна на името на града. Старите имена на Пловдив са важна част от представите за хилядолетна история и един от неговите маркери на древност. Смята се, че първото му познато име е Кендрисос, на името на Аполон Кендрисос – главно божество по време на римската епоха, почитано

³ Може да се прочете в раздел история на официалния сайт на Община Пловдив

най-вече като всевиждащ бог на слънцето, предсказващ бъдещето и покровител на музиката и поезията. Следващото име, което е достигнало до нас е Евмолпия – градът тогава е носил името на тракийския герой Евмолп – владетел, певец и жрец. По-късно траките сменят името му на Одриса, когато градът е главен административен център на Одриското царство. След завладяването му от Филип II Македонски се превръща в града на Филип – Филипополис и носи името на античния пълководец. След като траките отново си връщат града, името се сменя на Пулпудева. Впоследствие, римляните завладяват земите на траките и през 72 г. пр. Хр. градът е наречен Тримонциум – града на трите хълма. Когато Пловдив е присъединен към България, носи името Пловдивъ (или Плъвдив, Пълдин, Плоудин), а като част от Османската империя е наречен Филибе, докато получи сегашното си име Пловдив. Всяка от тези епохи е оставила различни отпечатъци върху града и старите му имена, показващи неговата дълга история и древност, са един от „инструментите”, конструиращи образа на града. Те отдавна са напуснали историческите извори и живеят собствен живот като част от съвременния град под формата на имена на улици, търговски обекти или заведения, а оттам и в ежедневно реч на хората. Например името на римския град Тримонциум носи откритият през 1956 г. емблематичен хотел-ресторант в центъра на Пловдив, който е неизменна част от градската памет и много често намира място в спомените и разказите на неговите жители, дотам, че Тримона е превърнат в маркер на идентичност за Пловдив, за да се стигне до това, което от Списание „Нула 32” наричат скромно „Култура Тримона”, която обединява екзотиката стил Ориент, повехналото градско достолепие, духовете на поети, певци, бунтовници и визионери, характерното небрежно човешко самочувствие „когато си от Пловдив“, личностни навици, групови спомени и ежедневни настроения, неща, които правят Пловдив да е голям. (Гендович 2018:26). Името Филибе е друг емблематичен пример за присъствието на предишни имена на Пловдив в съвременния му живот. Едно от основните изречения на старите пловдивчани, наричащи се понякога и филибелии или филибари, което служи като един вид свидетелство за принадлежност и наличието на „корени” към Пловдив и неговата култура, е „Густо майна Филибето”. Едно от последните появявания на предишни имена в градската тъкан, и то на всички едновременно, е специално поставени табели на входа на Пловдив откъм Асеновградско шосе, като така шофьорите, влизащи в него могат да разберат къде отиват. Друг е въпросът, че те са на малко разстояние една от друга и докато човек се движи с разрешените до 70 км в час, трудно ги прочита. Но това е още един начин древният град да заживее в паметта на съвременния. „Пловдив е

тук от неизброими векове... да влезеш в Пловдив значи да влезеш в историята. Древна и вечна”⁴.

Древността на Пловдив е залегнала и в официално определените символи от администрацията на община Пловдив – знаме, девиз и герб⁵. Девиза на града е „Древен и вечен”, а цветовете комбинации на знамето се опитват да представят града като мирен, свободен и демократичен, мъдър и чист. Гербът от своя страна съдържа конкретни графични символи, представящи историческия образ на Съединението на Княжество България и Източна Румелия, както и географските дадености, съдържащи 7 на брой тепета и река Марица, преминаваща през града.

Популярността на Пловдив като древен град е допълнена през последните години и с първото място в една класация, която му дава титлата „Най-стария жив град на Европа” и престижното шесто място в класацията за най-стари градове в света. Титлата е придобита благодарение на това, че „хората непрекъснато живеят в Пловдив от поне 6000 г. пр.н.е., което прави Пловдив най-старият град в Европа. Из целия Пловдив има археологически останки, които показват, че хората са се заселили в района от над 8000 години.”⁶, а на Небет тепе, един от хълмовете на Пловдив, се намира „най-важното селище от онова време, което е обитавано оттогава”⁷. Класацията е отразена в британските информационни издания Daily Telegraph и The Guardian, а от там през българските медии новината достига и до пловдивчани. Тази титла обединява усилията на пловдивските Ротари клубове в кауза за популяризирането на значимостта и историята на Пловдив.

⁴ кметът на "Тракия" Костадин Димитров при откриването на новите табели. Източник Медиа кафе

⁵ В Наредба за символиката и отличията на Община Пловдив е записано:”Знамето се изработва като уникат от копринен плат. На светло син фон, символизиращ свобода, мир и демокрация, в средата е разположена бяла лента, символизираща мъдрост и чистота. Върху бялата лента е разположен гербът на Пловдив. Гербът се извезва с копринени конци. Под герба върху жълта лента със зелен цвят се извезва девизът „Древен и вечен“. Гербът на град Пловдив представлява правоъгълен щит. Над щита има елементи от крепостна стена. Щитът е разделен на две части. В първата част е представена сцена, изобразяваща Съединението на България от 1885 г. От ляво на дясно – лъв с корона (Княжество България), лъв без корона (Източна Румелия). Лъвовете държат правоъгълен щит с корона на Обединена България. Във втората част са изобразени седемте хълма и река Марица. Цветовете на герба са: тъмно зелено (тепета, фон на лъвовете и външен контур), тъмно червено (фон на щита на Обединена България), жълто (лъвове, крепостна стена, фон на тепетата и река Марица, корони), тъмно синьо (река Марица), светло зелено (езици и нокти на лъвовете).

⁶ 10 Oldest Cities in Europe

⁷ The Oldest Cities In Europe

За целта през 2012 г. е регистрирано едноименно сдружение⁸, което има за цел да популяризира в България и извън нейните предели историята и значимостта на Пловдив като най-стария жив град в Европа, да развива духовните му ценности, културата, изкуството, науката и да спомогне за утвърждаването на града като културна столица на Европа. Сдружението инициира и създаването на „Знак на древността”, с който да се отбелязват значимите за пловдивчани исторически обекти, избрани чрез допитване до тях. Но и без специални знаци, древността си остава видима в самия град и неговите исторически забележителности. Достатъчно е човек съвсем свободно да се разходи по Римския форум и античния Одеон или Източната порта, да посети Епископската Голяма базилика на Филипопол или Малката базилика и пловдивските музеи, да присъства на представление на Античния театър и Римския стадион или пък просто да погледа града от високо с бира в ръка върху крепостните стени на Небет тепе, не само да усети тази древност, но и тя да стане част от живота му и дори от ежедневието. Така всичко това се отразява от хората и превръща в част от презентирането на Пловдив. От няколко години се провежда и фестивал със същото име, в който исторически възстановки показват какво се е случвало във всички тези години в града, пресечна точка на различни култури и „земя, богата на история, люлка на цивилизации и място на сражения”⁹.

Древността на Пловдив съвсем естествено върви заедно с неговия образ на вечен град, не само в девиза на града. И както древните римляни вярвали, че независимо какво ще се случи със света или колко империи ще се издигат или паднат, Рим ще продължи да съществува вечно, което дало повод да го нарекат Вечния град, така и пловдивчани смятат своя град за вечен и волно или неволно го сравняват с Рим. Още нещо сближава двата града и това е физическата прилика, която се състои в това, че и двата града са разположени на седем на брой хълма. „Седемхълмието, това балканско копие на Вечния град”¹⁰ макар и да няма този мащаб, не е било столица на света и няма такава голяма роля в световната история както Рим, но се сравнява с него и дори го „превъзхожда” в неговата древност. И докато лесно се намират доказателства, подкрепящи образа на древен Пловдив, то за вечността като аспект на образа на Пловдив са нужни повече усилия за „улавянето” ѝ. Вечността е свързана с времето и

⁸ Сдружение Пловдив най-стария жив град в Европа

⁹ фестивал „Пловдив – древен и вечен: история, етнология, култура и изкуство”

¹⁰ Думи на Златан Златанов от романа Храмови сънища

неговото възприемане от хората. Усещането за времето на пловдивчани сякаш се различава в Пловдив. Дали се дължи на чувството на принадлежност към Вечния град, или е някакъв остатък от Османския Филибе, е трудно да се прецени, но например думата айляк някак естествено е намерила своето място в града, независимо от това дали е чисто пловдивско явление, или е умишлено привнесена дума от софиянци, които завиждат на пловдивчани.

Начинът на протичане на времето в Пловдив вълнува неговите творци, а изкуствоведите могат да открият интерпретацията на пловдивското време в техните произведения. То се съдържа и в техните думи. Един такъв пример на отношение към времето дават думите, че *„Вечните градове, какъвто е Пловдив, имат няколко елемента, които съграждат техния дух. Първият елемент е отношението към времето. Вечният град знае, че светът няма център и затова не бърза към него. И понеже не бърза към центъра, той е помирен с времето и живее помирен и със самия себе си. Вечните градове не се интересуват много от това, което минава, защото те знаят, че ще са там и след години и след векове... и ще се сменят и цивилизации, но те са там. И това, което е много характерно за Пловдив е усещането за време...това, което ти дава Пловдив е, че ти печелиш време...Вечните градове дават много времена, те дават време на човека да мисли, време да чувства.”*¹¹ Всички тези исторически обусловени образи, подпомогнати и от целенасочени послания и медийни публикации, особено преди и по време на домакинството на града на инициативата „Европейска столица на културата” през 2019 г., позволяват да се изгради образа на Пловдив като древен град с богата култура.

Градът на седемте тепета

Един от първите фактори, които имат значение за създаването на градовете е географското им разположение. Всеки град е разположен в някаква заобикаляща го природна среда, която има свой собствен специфичен климат, повърхност и пейзаж. Каквато и урбанизирана структура да е построена от хората, тя е заобиколена и се намира в природна среда. Затова разположението му в планина, равнина, на брега на море, на остров, на река или на важна пътна артерия, изиграва съществена роля в това как се строи и изглежда конкретен град. Географията на градовете е основополагаща и за техните образи. Такъв пример е Пловдив, който е физически разположен на, около и

¹¹ Интервю на Александър Секулов в предаването „Панорама” на БНТ, излъчено на 25.01.2019 г.

под съществуващите няколко на брой възвишения, разположени до река Марица. Гледани от далеч, те доминират със своите обеми и височини, като оформят специфичен градски силует преди още да се различи самият град или части от него. Извисявайки се над града, те са неотменна част от градския пейзаж и в основата на популярния образ на град Пловдив като “Градът на седемте тепета”. Пловдив е възникнал около и на своите хълмове – в миналото те служели за естествено укрепление за населението, където и до днес са запазени материални следи от крепости култови сгради и жилища от различни исторически епохи. На три от тях е разположен Стария град – възрожденския градски квартал една от емблемите на Пловдив. Пловдивските тепета освен че са географски образувания, геоложки феномен, природна забележителност, защитени територии и част от градската урбанистична среда, са живи места, в които начинът на живот и културните практики на хората създават специфичната пловдивска атмосфера. „Културните практики не могат да се разглеждат без хората, които ги подготвят и участват в тях и които им придават смисъл и ценност“ (Кръстанова 2004:38). Една от тези културни практики е например навикът на пловдивчани да наричат възвишенията „тепета“ вместо хълмове. Думата *тепе* е останала в града от османския му период, придобила е гражданственост и останала да се употребява и до днес като една от типично пловдивските думи. Официалните наименования на хълмовете като *Младежки хълм*, *Хълм на освободителите* и *Данов хълм* почти не се употребяват и не успяват да изместят разговорните „пловдивски“ имена *Джендем тепе*, *Бунарджика* и *Сахат тепе*. Тепетата са били и си остават онези уникални пловдивски елементи, които определят неговата идентичност. Пловдив е изникнал на и (буквално) от тепетата, като използва за основи парчета от гранит, откъртени от самите тях. Друга специфика на градската култура е твърдението, че тепетата са точно седем на брой, въпреки че не са толкова, и има разнопосочни мнения колко са били в действителност. Това все пак е учудващо, понеже не се касае за някакви дребни геоложки образувания, а за внушителни гранитни възвишения, видими отдалече. Някога градът е бил разположен на три хълма (което подсказва и името Тримонциум), след това докато градът не се разраства достатъчно, Джендем Тепе (от турски адски хълм, далечен хълм) е бил далеч извън града, а в началото на ХХ в. започва разрушаването на Марково тепе и трансформирането му в градски паваж и блокове за основи на къщите, докато се стигне до пълното му изравняване със земята при строежа на едноименния търговски център. Застроеното Трихълмие пък така се е урбанизирано, че отдавна трудно се различават трите му върха, а за Сахат Тепе не е

съвсем ясно дали с Топлар тепе са едно цяло или отделни. Въпреки че небрежният безпорядък дава като бройка от 3 до 11! на брой¹² тепета и физическият им брой им не е точно седем, това не пречи точно толкова да са изобразени на градския герб, институционализиращ широко изградения образ на Пловдив като „Градът на седемте тепета”, отново доближаващ Пловдив до Рим и неговите седем хълма. Това не е нещо уникално и се случва с още поне 25 световни града¹³, претендиращи за това да са разположени на седем възвишения, изграждайки по този начин една символна конструкция, съдържаща сакрализираната бройка от точно седем естествени природни градски височини. Така градовете се съизмерват с Рим и се опитват да наподобяват неговата свещеност. Медиите също често наричат така града, а самите пловдивчани не пропускат да го споменат, когато разказват за него. Въпреки че не са точно седем тепета в градското пространство, градската памет се видоизменя и създава устойчива градска идентичност на град със седем тепета. Мрежата от материални и нематериални следи на миналото може да има за общностите символично, естетическо, утилитарно или познавателно значение и създава „памет на средата“ (Кръстев 1984:6). В една такава памет на средата участват активно и пловдивските тепета със собствените си уникални физически, географски и природни качества, създаващи специфични човешки възприятия и дават своя принос към изграждането на Пловдивския *Genius loci* или дух на мястото.

Индустриален център Пловдив

За да съществува един град, да се изгражда, развива и привлича хора, са нужни средства. Икономиката е основна движеща сила в градовете, така че си заслужава да се обърне внимание на икономическото положение на един град и образите, които то изгражда. Те са важни за миграциите на хора и капитали. В нея участват различни производствени процеси, пазарни взаимоотношения, политика и професионален статус на населението.

Един от класическите подходи за изследване на града е през неговото взаимодействие с икономиката. Тя е в основата на идеите на Маркс¹⁴, който я смята за основен и определящ фактор в човешкото развитие и развитието на градовете, където водещ е пазара на труда. Социологическата представа на Ландър пък е свързана с града

¹² Статия „Седемте тепета на Пловдив са били 11”

¹³ List of Cities Claimed to Be Built on Seven Hills

¹⁴ Развити в Капиталът

като пазар, който е „пазар, панаир, място за почти безкрайни проучвания и възможности, център за размяна” (Ландър 202:155) като така дава на хората разнообразни преживявания, социални връзки и начин на живот. Икономиката е основополагаща и за пространството на града. Според Лефевр¹⁵ тя заема съществено място в репрезентацията на пространството, което се определя от производствените отношения в града и реда, който те формират. С него се занимават архитекти, урбанисти, инженери и политици, противопоставяйки се на обитаемото пространство, създадено от жителите и потребителите на града. В съвременната урбанистика, където се разграничава място (place) и пространство (space), се срещат подхода за производството на пространства. И ако ролята на икономиката трудно се разграничава в създаването на социално пространство, то нейното участие в материално градско пространство е видимо и участва във формирането на инвестиционен образ на градовете, като те се стремят той да е атрактивен и привлекателен за всички икономически субекти и за хората.

В това отношение Пловдив с неговото съвременно индустриално производство е добър пример и последните години инвестициите и целенасочената политика довеждат до силното развитие на индустрията в региона. Предпоставка за това се намира в разположението на града и неговата история. Пловдив е разположен в плодородната Тракийска низина, между Родопите и Стара планина, а през него минава пълноводната река Марица. В Древността градът се намира на римския път Виа Диагоналис, свързващ Рим с Константинопол. Мястото, което представлява един своеобразен кръстопът на Ориента и Европа, се е превърнало в средище за производство, търговия и потребление.

В Пловдив е запазен съществуващият още от Средновековието търговско занаятчийски квартал, който носи името Капана. Възникнал като типична за османските градове чаршия, Капана събира в себе си занаятчийски работилници на различни професионални сдружения-еснафи, дюкяни (пътешественика Е. Челеби при преминаването си през града в 1652 г. съобщава за бройката 880!), складове, безистени и Куршум хан, където се съхранявала стоката и ношували търговците. И сега може да се разбере къде точно са били специализираните производства по запазените имена на улици в Капана – „Железарска“, „Златарска“, „Абаджийска“, „Кожухарска“. Място на

¹⁵ В книгата му Производство на пространство

икономическа дейност в миналото и днес, което „улавя като в капан” хората. „Капана е бил в различни времена различно изглеждащ по отношение на сградите в него, но винаги там е капан, защото там уличните пространства са специфични, те са уловката за посетителите. А пък как е създаден в дъгата, в конкавата на Хълмовете, към реката, връзката като продължение на най-активната търговска улица, защото търговията оживява градските пространства най-много”¹⁶. Капана продължава и в нашето съвремие да привлича хората да го посетят и да похарчат пари, сега вече като Квартал на творческите индустрии, провокиран и оформен от процесите по кандидатстване, спечелване и реализиране на Пловдив на инициативата Европейска столица на културата. В този случай образът на града се видоизменя от занаятчийска индустрия към творческа индустрия, но икономиката запазва основната си функция в тази градска територия.

Друг ясно разпознаваем образ на индустриален център на България създава Международен панаир Пловдив, който си остава една от емблемите на града. Той продължава дейността на откритото през 1892 г. Първо българско земеделско-промишлено изложение. На него както България представя своите постижения пред света, така и модерният свят демонстрира своите „чудеса”. Пловдив хвърля огромни усилия да осъществи едно събитие, в което да покаже на света своя напредък. То от своя страна пък показва на посетителите какви са достиженията на съвременното и дава тласък на културна и стопанска инициатива. Ето какво въздействие има то върху пловдивчани, според един от нашите съвременници:

„Формиране на градската среда, хората да ти кажа примерно по време на Пловдивското изложение 92-ра година, през 19 век, тогава хората изведнъж са усетили, Европа е влязла в Пловдив. Тя е влязла в Пловдив преди да влезе в София. На това изложение са докарали първите в България електрически крушки. Ходили са да видят реката, тази първенецката река, дали има достатъчно дебит, за да захрани турбина, която да захранва тока за тия крушки, и народът се е качвал по тепетата да гледа града отгоре осветен и те са били в потрес просто. Градът никога не е бил осветяван, той е нямал фенери, всичко е било по нальми, чехли и свеци, и може би тогава за първи път българинът, тоест пловдивчанинът е усетил какво е да си европеец, да си гражданин, и факта да си удостоен ти, твоя град да е удостоен с

¹⁶ В Капана на Пловдив с арх. Антоанета Топалова, епизод от подкаст

тази чест и мисля че самочувствието на пловдивчанина много силно се развива точно след изложението от 1892 година и особено след като след това се е формирал Градския парк. Ти представяш ли си отиваш в Градския парк и знаеш, че тука е било Изложението до вчера....”¹⁷

Освен електрическо осветление, на Изложението се осъществява телефонна връзка със София, за първи път в небето над България летят хора с балона „Ла Франс” на французина Годар, посетителите слушат Едисоновия фонограф. Новостите могат да се открият „не само в каталозите на изложението, представящи различни машини, апарати и изобретения, но също така и в планировката и застрояването на търговските площи, тяхното оформление и декориране, изграждането на нова инфраструктура, имаща за цел не само да улесни посетители и изложители, но и да подобри качеството на живот на местното население” (Ръждавичка 2018). Дълги години *По време на Социализма* и веднага след него Панаира вълнува пловдивчани и посещението му се превръща в истински празник и „прозорец към света” за новостите в техниката, промишлеността и бита. Под различна форма и с различен успех през годините Пловдивския панаир помага за изграждането на образа на Пловдив като един голям значим икономически и индустриален град и днес неговия слоган е „Създаваме нови възможности“, а логото му е стилизирано изображение на земното кълбо, представено като гълъб, символа на мира; изразява стремежа към контакти с бизнеса от целия свят.¹⁸ Панаира е приватизиран, което според участник в управлението му преди това „е една груба грешка на Правителството да приватизира Панаира. От Панаир не се печели, печели държавата, печели икономиката, има косвени печалби, но преки печалби кой знае какви няма. Нито от билетчета ще спечелиш нещо, нито от панаирна площ”¹⁹. Очевидно в частни ръце Панаира не успява да привлече толкова посетители и изложители, а неговата роля за популяризиране на града е намаляла. Но други частни инвестиции продължават това и работят за изграждането на съвременен индустриален имидж на Пловдив.

Последните години икономическият растеж на Пловдив и региона около него се дължи на създаването на няколко индустриални зони и паркове, обединени под името „Тракия икономическа зона” (ТИЗ), която обединява 6 индустриални зони, 9 общини,

¹⁷ Интервю с Пламен Кочев 2018 г., личен архив

¹⁸ В сайта на Международен панаир Пловдив

¹⁹ Интервю с д-р Личо Обрейков 2018 г., личен архив

два клъстера: „Клъстер проектиране и строителство” и „Клъстер информационни и комуникационни технологии Пловдив”. От старта през 1996 г. досега в ТИЗ са привлечени над 180 инвеститори, половината от които чужди, разкрити са над 35 000 работни места, а инвестициите са над 3 млрд. евро.²⁰ Като част от инвестиционния образ на зоната е наблегнато на стратегическата географска локация. Нещо, което е основополагащо за икономическите дейности на града през цялото му съществуване. В съвременността синтезираните достойнства на разположението могат да звучат така ”на кръстопътя между Азия и Европа, до Северна Африка, Близкия Изток и Русия, първата европейска страна по древния път на коприната, тук минават 3 от 10 паневропейски транспортни коридора (всяка дестинация в Европа може да бъде достигната до 24 часа), ключови международни железопътни артерии, в непосредствена близост до Международно летище Пловдив, интермодален терминал, на 2-8 часа разстояние от основните морски пристанища – Бургас и Варна (България), Солун (Гърция), Текирдаг (Турция) и Русе (на река Дунав).”²¹

В изграждането на образа на индустриален център Пловдив се включват администрация и медии, които предлагат различни варианти като например Инвестиционна дестинация²², Икономическия тигър на България²³ Индустриален лидер²⁴, Процъфтяващ технологичен център, втори ИТ и аутсорсинг център²⁵. Тези разнообразни положителни представи, изградени с добре координирано взаимодействие на администрацията и бизнеса за Пловдив, показват, че това е добро място за инвестиции, работа и печелене на средства и е доказателство за успешно провеждана маркетингова политика.

Освен инвестиционна политика, Пловдив развива и своята културна политика, която през последните години беше силно повлияна от процесите, свързани с кандидатстването, спечелването и осъществяването на “Европейска столица на културата” през 2019 г., която издига културата и изкуствата като локален и национален приоритет и е възможност за привличане на международно внимание и запознаване на Европа с местната идентичност. Провеждането на пловдивската

²⁰ В сайта на Българска стопанска камара

²¹ В сайта на Областна администрация Пловдив

²² В сайта на Община Пловдив

²³ Медиапул

²⁴ Пловдив 24

²⁵ Капитал

европейска културна година събра много и различна институционална, творческа и гражданска енергия, привлече посетители и показа както с какво градът се гордее, така и извади на показ неговите проблеми и провокира опити за тяхното решаване. Благодарение на целенасочената работа по рекламирането на Пловдив, още като кандидат за ЕСК през 2013 г, Пловдив с конкретни цели, изградена стратегия, и планирани дейности успя да изгради още един културен образ като Столица на Културата, който се превръща в основен в изграждането на имиджа на града, не само в сферата на културата. „Една от основните комуникационни цели на проекта бе надграждането на имиджа на града, на базата на огромния културен, икономически и социален потенциал. Работейки на национално и международно ниво, използвайки движещата сила, която този мащабен Европейски бранд носи в себе си, ние увеличихме популярността на Пловдив и го позиционирахме като културен, туристически и инвестиционен център.”²⁶ И макар че инициативата се предава на други европейски градове, Пловдив продължава да работи по запазването на този свой образ. Опитът на града, придобит в областта на брендиране на града в сферата на културата, може да се приложи и в други области и да доведе до създаването на цялостна концепция.

Така изградените и изграждащи се образи на град Пловдив, заживяват свой собствен живот и служат за различни цели, на различни социални агенти – администрация, бизнес, медии, гражданско общество. Макар и създавани по различни поводи, през различно време и от различни агенти, те си приличат по едно нещо, всички са обединени от една цел – да привличат внимание към града, основно на външни за него хора, към неговата уникалност с хълмовете и вековна история, пораждащи специфична градска култура, или към това, че е благоприятно място за посещения и инвестиции. Тези образи отразяват начина, по който градът желае да покаже себе си на другите, и могат да се обединят в категорията на образи на отражението. Количественото отразяване на Пловдив в останалия свят лесно може да се потърси в различните статистики за броя на туристите, новозаселващите се или в инвестициите. Такива статистики отчитат растеж във всички тези направления през последните години, от което може да се заключи, че вниманието към Пловдив нараства и налаганите образи на града вършат това, за което са предназначени. По друг начин стои въпросът за качествените измерения на тези образи, които могат да се търсят в това, по какъв начин към тях се отнасят самите обитатели на града, и какъв е градът за

²⁶ Маркетингов ефект за имиджа на Пловдив, културата, туризма и инвестициите

пловдивчани в техните представи. До колко ефектът на огледалото е подействал на хората и какви образи за своя град са видели те в него, как тези външно изградени за индивида образи си взаимодействат с неговите вътрешно обусловени, на базата на личния опит с града, индивидуалната култура и собствените възприятия на човека, са въпроси, които чакат своя отговор. Те могат да помогнат и в опита да се разбере защо една не малка част от пловдивчани не разпознаха инициативата ЕСК 2019 като свое събитие, останаха зрители на части от него, вместо да използват уникалния шанс да бъдат дейни участници в едно от най-успешните културни събития не само в Пловдив, а и в България, според редица експерти. Хората са най-голямото богатство на всеки град и трябва да бъдат най-важни за всички градски политики, включително и тези по създаването и промотирането на градската образност. Добавянето към големите градски образи на „малките“ човешки образи, породени от представите на хората за града, ще даде пълнота и дълбочина на градската образност, а с това и ще допринесе за неговото по-ясно разбиране.

Представянето на няколко от разпознаваемите образи на град Пловдив го показва като град с дълга история и богата култура, уникално географско положение, динамичен съвременен град, подходящ за инвестиции и бизнес, град с престиж, привлекателен за туристите и гостите, добро и спокойно място за живот.

Представените примери за конкретния град показват част от механизмите на производство на градски образи. Те могат да възникнат стихийно, създадени несъзнателно от хората, да бъдат резултат на умело планирани стратегии от специалисти или да си останат изследователски конструктори. Макар че тези градски образи-представи не съществуват в материален контекст, те стават самостоятелно явление, което добре проучено води до по-добро познаване на силните и слабите страни на един град, а подходящата им употреба може да допринесе за подобряване на градските политики.

Библиография:

Буров, С., В. Бонджолова, М. Илиева, П. Пехливанова 2001. [Burov, S., V. Bondzholova, M. Pieva, P. Pehlivanova 2001.]

Съвременен тълковен речник На български с приложения Велико Търново, Габеров [Savremenen talkoven rechnik Na balgarski s prilozheniya Veliko Tarnovo, Gaberov]

Кабакчиева, Д. 2018. *Регионален брандинг* В. SocioBrains Issue 41 [Kabakchieva, D. 2018. Regionalen branding V. SocioBrains Issue 41]

Кръстев, Т. 1985. *Паметта на средата*. сп. Архитектура, бр. ¾ [Krstev, T. 1985. Pаметта на sredata. sp. Arhitektura, br. ¾]

Кръстанова, К. 2004. *Културни практики и конструиране на образите на града В: Български фолклор 1-2*, 38-55 [Krstanova, K. 2004. Kulturni praktiki i konstruirane na obrazite na grada V: Balgarski folklor 1-2, 38-55]

Лефевр, А. 2015. *Производство пространства* Moscow, Strelka Press [Lefevr, A. 2015. Proizvodstvo prostranstva Moscow, Strelka Press]

Личен архив Интервю с д-р Личо Обрейков 2018 г. [Lichen arhiv Intervyu s d-r Licho Obreykov 2018 g.]

Личен архив Интервю с Пламен Кочев 2018г [Lichen arhiv Intervyu s Plamen Kochev 2018g]

Маркс, К. 1979 *Капиталът*. София, Партиздат [Marks, K. 1979 Kapitalat. Sofiya, Partizdat]

Стамов, С., В. Копарова, Л. Ботушарова 1960. *Пловдив - паметници на културата*. Пловдив, ДИ"Христо Г. Данов [Stamov, S., V. Koparova, L. Botusharova 1960. Plovdiv - pametnitsi na kulturata. Plovdiv, DI"Hristo G. Danov]

Шаранков, Н. 2002. *Лукиан, Роби-бегълци* (превод от старогръцки). В Критика и Хуманизъм, кн 13, бр.1/2002, с. 235-244. Sharankov, N. 2002. [Lukian, Robi-begaltsi (prevod ot starogratski). V Kritika i Humanizam, kn 13, br.1/2002, s. 235-244.]

Интернет източници:

Белтинг, Х. 2016. *Образ, посредник, тяло: нов подход към иконологията* В. онлайн списание Пирон, бр. 6 Визуална култура/Визуални изследвания.

<https://piron.culturecenter-su.org/category/vizualna-kultura/> (10.12.2021)

Българска Национална Телевизия, публицистично предаване „Панорама” излъчено на 25.01.2019 г. <https://www.bnt.bg/bg/a/aleksandr-sekulov-vechniyat-grad-znae-che-svettnyamatsentr?fbclid=IwAR1Fhh9fpL5sK1fj1pxn59T8gitGS2MhRoRyneO54jH4YdVG2f-sLGNQyQ> (10.12.2021)

Българска стопанска камара официален сайт <https://www.bia-bg.com/> (10.12.2021)

Български тълковен речник <https://www.t-rechnik.info/> (10.12.2021)

В Капана на Пловдив с арх. Антоанета Топалова, епизод от Подкаст „Да поговорим за Балканите” на ИБЦТ_БАН <https://open.spotify.com/episode/5StYNYTqKthU3NhMTLo1ND> (10.12.2021)

Капитал 20.11.2021

https://www.capital.bg/politika_i_ikonomika/gradove/2021/11/20/4274948_biznes_uslugite_i_v_sokotehnologichnite_proizvodstva/ (10.12.2021)

Медиапул 20.12.2018 <https://www.mediapool.bg/plovdiv-e-ikonomichekiyat-tigar-na-bulgaria-news287750.html> (10.12.2021)

Маркетингов ефект за имиджа на Пловдив, културата, туризма и инвестициите
Проучване на Общинска фондация Пловдив 2019

<https://plovdiv2019.eu/bg/news/2801%D0%BC%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3%D0%BE%D0%B2%D0%B5%D1%84%D0%B5%D0%BA%D1%82%D0%B7%D0%B0%D0%B8%D0%BC%D0%B8%D0%B4%D0%B6%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%BF%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%B4%D0%B8%D0%B2%D0%BA%D1%83%D0%BB%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC%D0%B0%D0%B8%D0%B8%D0%BD%D0%B2%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B8%D1%86%D0%B8%D0%B8%D1%8%D0%B5> (10.12.2021)

Медия кафе 21.05.2021 *Табели с имената на Пловдив разказват история*

<https://www.mediacafe.bg/novini/novini-novini/tabeli-s-imenata-na-plovdiv-razkazvat-istoria>
(10.12.2021)

Международен панаир Пловдив официален сайт <https://fair.bg/bg/page/za-nas>
(10.12.2021)

Наредба за символиката и отличията на Община Пловдив

<https://plovdiv.bg/obs/%D0%B4%D0%B5%D0%B9%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B0%D1%89%D0%B8%D0%B0%D0%BA%D1%82%D0%BE%D0%B2%D0%B5/%D0%BD%D0%B0%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%B1%D0%B0%D0%B7%D0%B0%D1%81%D0%B8%D0%BC%D0%B2%D0%BE%D0%BB%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D1%8%D0%B0%D0%B8%D0%BE%D1%82%D0%BB%D0%B8%D1%87%D0%B8%D1%8F%D1%82%D0%B0-%D0%BD%D0%B0/> (10.12.2021)

Областна администрация Пловдив официален сайт
https://pd.government.bg/?page_id=1583 (10.12.2021)

Община Пловдив – официален сайт <https://www.plovdiv.bg/> (10.12.2021)

Павлова 2015 Павлова, Албена *Имидж, репутация, бранд* В. Проблеми на постмодерността Том V, Брой 1, 2015

http://ppm.swu.bg/media/45065/pavlova_a_%20image_reputation_brand.pdf (10.12.2021)

Пловдив 24 20.05.2016 <https://www.plovdiv24.bg/novini/plovdiv/Forbes-Plovdiv-se-razviva-kato-industrialen-lider-v-Bulgariya-641965> (10.12.2021)

Ръждавичка, Ръждавичка Евелина *Първото пловдивско изложение и „чудесата“ на модерния свят* <http://www.bulgic18.com/Science/Eva.htm> (10.12.2021)

Сдружение Пловдив-най стария жив град в Европа

<https://theoldestcityineurope.eu/%d0%b7%d0%b0%d1%81%d0%b4%d1%80%d1%83%d0%b6%d0%b5%d0%bd%d0%b8%d0%b5%d1%82%d0%be/>

<https://open.spotify.com/episode/5StYNYTqKthU3NhMTLo1ND> (10.12.2021)

Седемте тепета на Пловдив са били 11 PlovdivNow.bg 24.06.2018

<https://plovdivnow.bg/plovdiv/sedemte-tepeta-plovdiv-sa-bili-11-3962> (10.12.2021)

Фестивал „Пловдив - древен и вечен: история, етнология, култура и изкуство”

https://www.facebook.com/%D0%9F%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%B4%D0%B8%D0%B2%D0%B4%D1%80%D0%B5%D0%B2%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B2%D0%B5%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%8F%D0%B5%D1%82%D0%BD%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D1%8F%D0%BA%D1%83%D0%BB%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B0%D0%B8%D0%B8%D0%B7%D0%BA%D1%83%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE2389437081066527/about/?ref=page_internal (10.12.2021)

10 Oldest Cities in Europe <https://www.oldest.org/geography/cities-in-europe> (10.12.2021)

List of Cities Claimed to Be Built on Seven Hills <https://www.listchallenges.com/list-of-cities-claimed-to-be-built-on-seven-hills> (10.12.2021)

The Oldest Cities In Europe www.worldatlas.com/articles/the-oldest-cities-in-europe.html (10.12.2021)