

КАПАНИТЕ НА ГРАДА



ПЛОВДИВСКО УНИВЕРСИТЕТСКО ИЗДАТЕЛСТВО

**КАПАНИТЕ НА ГРАДА:
НЕМАТЕРИАЛНО КУЛТУРНО НАСЛЕДСТВО**

Сборник с доклади

ПЛОВДИВСКО УНИВЕРСИТЕТСКО ИЗДАТЕЛСТВО



Публикуването на книгата е с финансовата подкрепа на Национална научна програма „Културноисторическо наследство, национална памет и обществено развитие“, финансирана от Министерството на образованието и науката.

Всички права запазени!

Научни рецензенти: проф. д-р Даниела Колева
проф. д.н.к. Мария Шнитер

Съставители и редактори: Борислава Петкова, Васил Караджов

Художник на корицата: Димитрина Караджова

© Меглена Златкова, Добринка Парушева, Зорница Драганова,
Снежана Горянова, Димо Чешмеджиев, Борислава Петкова,
Георги Иванов, Васил Караджов, Елица Стоилова – автори, 2022

© Пловдивско университетско издателство, 2022

ISBN 978-619-7663-23-5

Scientific reviewers: Prof. Ph.D. Daniela Koleva
Prof. D.Sc. Maria Schnitter

Edited by: Borislava Petkova, Vasil Karadzhov

Cover art: Dimitrina Karadzhova

Editor of English Content: Dimitar Panchev

© Meglena Zlatkova, Elitsa Stoilova, Dobrinka Parusheva,
Zornitsa Draganova, Snezhana Goryanova, Dimo Chesmedzhiev,
Borislava Petkova, Georgi Ivanov, Vasil Karadzhov, Elitsa Stoilova –
authors, 2022

© Plovdiv University Press

ISBN 978-619-7663-23-5

СЪДЪРЖАНИЕ

УВОД

В КАПАНИТЕ НА НЕМАТЕРИАЛНОТО НАСЛЕДСТВО НА ГРАДА	7
---	----------

Елица Стоилова

„ТЮТЮН, МЕТАЛ И КАЛДЪРЪМ“: СЕТИВНОСТ, ПАМЕТ И НЕМАТЕРИАЛНО КУЛТУРНО НАСЛЕДСТВО В ГРАДА	12
---	-----------

Меглена Златкова

В КАПАНА НА СЕТИВАТА	33
-----------------------------------	-----------

Добринка Парушева

КАРТОГРАФИЯ НА КАПАНИ И ПЪТЕКИ В КУЛТУРНОТО ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО – ИЗСЛЕДВАНЕ НА СЛУЧАИ В ПЛОВДИВ, ВЕЛИКО ТЪРНОВО, ВАРНА И СОФИЯ	50
---	-----------

Зорница Драганова

ЗА НАСЛЕДЯВАНЕТО И ПРОМЕНЕТЕ НА ГРАДСКИТЕ ПРОСТРАНСТВА В СОФИЯ ПРЕЗ СРЕДНИТЕ ВЕКОВЕ И ОСМАНСКИЯ ПЕРИОД (ГЛЕДНАТА ТОЧКА НА ЕДИН АРХЕОЛОГ).....	72
--	-----------

Снежана Горянова

НЯКОЛКО БЕЛЕЖКИ ЗА ПЛОВДИВСКИТЕ ЦЪРКВИ В ОСМАНСКИЯ ПЕРИОД	93
--	-----------

Димо Чешмеджиев

РЕКЛАМАТА НА СТОКИ И УСЛУГИ В ПЛОВДИВ В ГОДИНИТЕ СЛЕД ОСВОБОЖДЕНИЕТО	116
---	------------

Борислава Петков

НЕМАТЕРИАЛНО КУЛТУРНО НАСЛЕДСТВО: (ТЯЛО) МАСКА И ПРОСТРАНСТВО (ПАНДЕМИЧНИ КОНТЕКСТИ)	142
<i>Георги Иванов</i>	
ГРАДСКИТЕ НАРАТИВИ КАТО ЕЛЕМЕНТ НА НЕМАТЕРИАЛНО КУЛТУРНО НАСЛЕДСТВО.....	167
<i>Васил Караджов</i>	
НОВИТЕ ГРАДСКИ ЗАНАЯТИ: ЗАНАЯТЧИЙСКАТА БИРА И НОВАТА БИРЕНА КУЛТУРА.....	188
<i>Елица Стоилова</i>	
ЗА АВТОРИТЕ.....	210

TABLE OF CONTENTS

INTRODUCTION

IN THE TRAPS OF THE INTAGIBLE

HERITAGE OF THE CITY 7

Elitsa Stoilova

“TOBBACCO, METAL AND COBBLESTONES”:

SENSIBILITY, MEMORY AND INTANGIBLE

CULTURAL HERITAGE IN THE CITY 12

Meglana Zlatkova

IN *KAPANA (TRAP)* OF THE SENSES..... 33

Dobrinka Parusheva

MAPPING TRAPS AND TRAILS IN CULTURAL

ENTREPRENEURSHIP. CASE STUDIES IN PLOVDIV,

VELIKO TARNOVO, VARNA AND SOFIA 50

Zornitsa Draganova

ABOUT THE SUCCESSION AND CHANGES

OF THE URBAN SPACES IN SOFIA

IN THE MIDDLE AGES AND THE OTTOMAN PERIOD

(AN ARCHAEOLOGIST’S PERSPECTIVE) 72

Snezhana Goryanova

A FEW NOTES ON THE CHURCHES OF PLOVDIV

IN THE OTTOMAN PERIOD 93

Dimo Chesmedzhiev

THE ADVERTISING OF GOODS AND SERVICES

IN PLOVDIV IN THE YEARS AFTER THE LIBERATION..... 116

Borislava Petkova

**INTANGIBLE CULTURAL HERITAGE:
(BODY) MASK AND SPACE (PANDEMIC CONTEXTS)..... 142**

Georgi Ivanov

**URBAN NARRATIVES AS AN ELEMENT
OF INTANGIBLE CULTURAL HERITAGE 167**

Vasil Karadzhev

**THE NEW CITY CRAFTS: CRAFT BEER
AND THE NEW BEER CULTURE 188**

Elitsa Stoilova

УВОД

В КАПАНИТЕ НА НЕМАТЕРИАЛНОТО НАСЛЕДСТВО НА ГРАДА

Настоящият сборник е резултат от конференция с тема „Нематериално културно наследство: капаните на града“, проведена през ноември 2021 г. Катедра „Етнология“ и създаденият към нея „Център за изучаване на нематериалното културно наследство“ бяха организатори и домакини на този научен форум. Специалност *Етнология* в Пловдивския университет „Паисий Хилендарски“ има 30-годишна история, която се свързва и с развитието на специфични изследователски полета и оформянето на *пловдивската школа* в етнологията. Проблематиката на конференцията се базира на изследователските задачи, заложи от специалистите от катедра „Етнология“ при работата им като екип в националната научна програма „Културноисторическо наследство, национална памет и обществено развитие“. Създаването на университетския „Център за изучаване на нематериалното културно наследство“ е логична стъпка, която следва дългогодишните изследвания на разнообразни теми, свързани с нематериалното културно наследство, които се провеждат в Пловдивския университет. Центърът има за цел да задълбочи и развие научноизследователския потенциал в тази област.

Конференцията с тема „Нематериално културно наследство: капаните на града“ е вдъхновена от спецификите на конкретен пловдивски квартал, наречен „Капана“. В исторически план той е бил икономически и търговски център на града като занаятчийски квартал. Капанът е получил името си заради многобройните търговски и занаятчийски улици, в които лесно е можело да се загубиш, но също така и да намериш неочаквани пространства и хора. Той е динамично пространство, което преминава през множество трансформации. В следствие на местните политики, в момента „Капана“ се развива като квартал на творческите индустрии. Той се трансформира и в място, в което се разгръщат различни съвременни форми на изкуството и градската култура, а също и в сцена на разнообразни фестивали и събития.

Темата на конференцията насочва към преосмисляне на „капаните“ и насочване на изследователския поглед към тези градски пространства, които от една страна наследяват исторически и културни пластове, но от друга са и места на живи наследства. Изнесените доклади представиха различни теоретични, теренни и практически резултати от изследване на градските наследства. Богатството на подходи и анализи към градското наследство и паметта доведоха и до тематичното разнообразие на този сборник. Различните подходи за осмисляне на градското пространство, които авторите развиват в своите текстове, могат да бъдат обособени в няколко тематични цикъла.

От една страна градът се анализира посредством наложили се като *знакови или значими градски пространства*. Снежана Горянова предлага гледната точка на един археолог към наследяването и промените на градските пространства в София, процеси, разглеждани в контекста на средните векове и османския период. Религиозните места са част от знаковите пространства на памет и наследство. Те са пространствата, които авторката разбира като градски „капани“. Това са „емблематични елементи или явления, визитна картичка, част от характеристиката му, съкровищница“. Горянова фокусира анализа си върху три конкретни знакови места за София. Това са изворите на минералната вода, планината Витоша и християнската базилика „Света София“.

Димо Чешмеджиев предлага сходен подход, но в друга пространствена рамка, тази на Пловдив. Неговият текст проблематизира различните интерпретации, които може да има наследството и честите манипулации на паметта. Той използва за пример как различни автори дават различна информация за мястото, на което се намира църквата „Св. Параскева/Петка“. Чешмеджиев разкрива не само липсващ обединяващ наратив за определени градски пространства. Той представя и интересни елементи от формирането на една или друга историческа интерпретация за конкретно градско наследство.

Добринка Парушева и Меглена Златкова предлагат един нетрадиционен подход, който се базира на *сензорните измерения на градските пространства*. В текста на Добринка Парушева паметта и предаването на наследството на квартал Капана е разгледано като акт на споделеното (и споделяно) сетивно знание за пловдивския квартал. Тя представя историите за звуците, образите, миризмите,

вкусовете и усещанията от допир като очертаващи траектории на структурирано взаимодействие на хората и средата. Тези взаимодействия са представени като резултат от специфичен социален и културен контекст. Базираният на сензорните възприятия изследователски фокус е инструмент, който обогатява разбирания за нематериално културно наследство и споделен опит и преживявания.

Меглена Златкова разкрива връзките между сетивност, памет и нематериално културно наследство. Тя представя града като специфичен сензорен пейзаж, който е част от сетивния опит на обитателите му. В статията ѝ се анализират „сетивни образи на три градски места, които се изграждат в наративите и спомените“ на носителите на това специфично нематериалното културно наследство. Според Златкова своеобразният „сензорен пейзаж“ на града се състои от „устойчиви образи на сетивни спомени, както и начин на разказване за тях“.

Сензорните спомени могат да представят и трансформациите на различни градски пространства, техните променени функции, но и „промененото място на човека в градските сензориум и социум“. Следвайки личните сензорни спомени на арменски занаятчия от град Пловдив, Златкова наслажда общоградски истории за важни пловдивски арменски семейства. Авторката представя и променящите се сензорни пейзажи на Капана през периода на социализма и съвременното.

Друг подход към анализа на нематериалното културно наследство задават Борислава Петкова и Георги Иванов, които представят *различни интерпретации и употреби на наследството*. Борислава Петкова изследва трансформациите в градската потребителска култура посредством изследване на рекламираните стоки и услуги. Тя изследва периодичния печат от края на 19-ти и началото на 20-ти век. В нейното изследване също се проследяват с различен инструментариум културните трансформации в градска среда (Пловдив) и замяната на едни културни модели с други, които неминуемо водят до преосмисляне на наследствата. Рекламите позволяват да се проследят градските моди, различни културни модели и влияния. Текстът на Петкова анализира промените в потребителската култура, които свързва от една страна с навлизането на европейския градски стил, а от друга с индустриалните продукти и новите занаяти.

Работата на Георги Иванов се базира на работа изцяло с дигитален терен. Неговият изследователски фокус е върху новите механизми, които се изработват за комуникация, споделяне и свързване по време на рестрикциите, свързани с COVID-19. Иванов представя промените в практикуването на различни фолклорни практики и с новите форми на практикуване и употребата на нематериалното културно наследство. Той проследява изместването на практикуването на фолклорни форми в дигитален формат. Фокусира се върху колективното съизмерване на различни индивиди с фолклора, които се случват в дигитална среда.

Васил Караджов представя *нематериалното културно наследство като част от устната памет*, анализирайки градските наративи като открояващи важни моменти от житейския път на човека. Той разкрива как обитателите се свързват с града, в който живеят, чрез значими събития от миналото на общността. Според Караджов именно тези разбирали като значими събития маркират важни пространствени топоси, които могат да бъдат свързани и с любопитни случки от всекидневието. За автора градските наративи се създават от конкретни хора по конкретен повод, но в тяхното формиране играят роля историческите дадености, социалната и културна среда. Темите, структурата и съдържанието на градските разкази демонстрират феномена на социалната реалност, в която живеят разказвачът.

Зорница Драганова представя включването на наследството в културното предприемачество. Нейният анализ се базира на сравнително изследване на случаи (casestudies) от София, Пловдив, Велико Търново и Варна. Драганова следва дефинициите на Геман и Сублиер, които систематизират изследването на културното предприемачество като съдържащо няколко основни „потока“. Първият вид културно предприемачество се фокусира върху производството на култура с водещи участници – организации с висока и популярна култура. Вторият тип третира културата като инструмент за легитимиране на нови предприятия и начинания. Според авторката разглеждането на културните предприемачи е ключово за разбирането на механизмите за социална промяна, за преосмисляне и нови употреби на градски пространства. Всеки един от изследваните случаи представя по какъв начин културното предприемачество може да бъде задвижващо промяна.

Елица Стоилова също разглежда преплитането между култура, традиции и нови бизнес модели, които са базирани на традиционно знание и технологии. Тя проследява развитието на крафт бирената култура в Пловдив. Изследователката търси спецификите на занаятчийската бира в контекста на градските занаяти. Тя разглежда отрасъла като пример за нов тип занаят, който заявява себе си като контрапункт на стандартизираното масовото производство, опозиция, която се базира на традиционни знания и иновации. Стоилова проследява развитието на крафт бирената култура в Пловдив и по-конкретно в региона на квартал „Капана“. Изследваният случай се представя като пример за прогресивни локални политики, генерирани от долу, които се базират на нови бизнес модели и са насочени към развитие на региони и устойчиви общности.

доц. д-р Елица Стоилова

„ТЮТЮН, МЕТАЛ И КАЛДЪРЪМ“: СЕТИВНОСТ, ПАМЕТ И НЕМАТЕРИАЛНО КУЛТУРНО НАСЛЕДСТВО В ГРАДА

доц. д-р Меглена Златкова

Пловдивски университет „Паусий Хилендарски“

Резюме: В статията се анализират сетивни образи на три градски места, които се изграждат в интервютата и спомените на един занаятчия А.К. – носител на нематериалното културно наследство, който е представител на арменската общност в Пловдив, проведени през 1999 – 2000 г. Използван е подходът на сензорната антропология. Очертан е сензорен пейзаж на Пловдив, в който „Капана“, Стария град и Тютюневия град са свързани чрез спомените за миризма на тютюн, шумове на метал и калдъръм. Сетивните спомени са опора за разкази на арменската общност, свързани с тези места чрез техните занаяти, като важни за града индустриалци и като личности. Наблюдават се връзки на близост, които съществуват до средата на XX век, като спомените за тези отношения се изразяват чрез спомените на „сетивата на близост“. Промените в социалните, политическите и икономическите отношения водят до постепенната промяна в начините на конструиране на колективната памет на местата в Пловдив. Трите тоposa се превръщат все повече в туристически места и връзките с мястото стават все по-дистанцирани като основните сетива, конструиращи сензорния пейзаж със съвременността са зрението, вкуса и звуците. От места на всекидневието, особено след проекта „Пловдив 2019 – Европейска столица на културата“, Капанът и Тютюневият град се превръщат в културни сцени, места на потребление и творчество и фестивални топоси.

Ключови думи: *сетивна памет, нематериално културно наследство, сензорен пейзаж, Капана*

„Капаните на града“ са капани на нашите собствени сетива. Градът е споделено пространство на човешки взаимодействия, следи от предишни култури, но и залог за, и резултат от политики. Градът е съчетание между физическа среда и културна и социална организация на живота в него. Градът е част от сетивния опит на обитателите и

сензорен пейзаж¹. Обитаването на града е взаимодействие между „сензориума“ и „социума“. Паметта на и за града, макар и индивидуална като преживяване, включва спомени, разкази и интерпретации за човешката култура, които се вписват в колективни познавателни образи и чувство за съпричастност, съпреживяване и съ-участие. Сензорното възприятие е и културен, и физически акт и в този смисъл може да се каже, че сетивният опит на градските жители да обживяват града е и градивна част от създаването на градските наследства и памет, както и от усвояването на специфичните умения на градския човек да впише всекидневния си опит в градската среда.

В тази статия ще бъдат представени някои аспекти на материалното и нематериалното културно наследство в града като сетивен опит на един майстор на струни, като сетивна памет и словесна интерпретация на взаимовръзките, обитаването и обживяването на градските места. Тъй като обединяващият фокус на нашата книга е пловдивският квартал „Капана“, а методологическото предизвикателство пред антрополозите и етнологите са „капаните на града“, аз ще използвам сензорния подход при анализ на наративите за Пловдив, конструирани от един арменец, който през целия си живот обитава общото пространство в центъра на града, свързано и със Стария град, и с Капана, и с Тютюневия град. Избрах тези три топоса които са акценти от наративите, защото това са градски места и пространства, част от културното наследство, но и част от съвременните културните сцени, заложили в Апликационната книга на проекта „Пловдив 2019 – Европейска столица на културата“. След 2017-та година тези градски квартали претърпяха своите трансформации не само чрез творчески изяви и артистични проекти, но и като диску-

¹ Със сензорен пейзаж е преведено от английски понятието “sensescape“. Концепцията за сензорен пейзаж се развива от концепцията за пейзаж. Според Бънкси пейзажът е „единица от нечие обкръжение, възприето чрез всички сетива“ (Bunkse 2007: 222). Тази отправна точка се основава на разбирането, че пейзажът това са възплътени практики на съществуване в света, които включват начините на виждане не само със зрението, а с всички сетива (Dewsbury and Cloke 2009: 696). В своята „Антропология на сетивата“ Дейвид Хоус казва за сензорния пейзаж, че: „опитът от обкръжаващата среда и от другите хора и неща, които обитават околната среда е произведен от специфични форми на разграничаване, оценяване и комбиниране на сетивата в изучаваната култура (Howes 2005: 143).

сии, интерпретации на спомени, осмисляне на връзките между тях и обитателите на Пловдив². Повечето от тези прояви представяха гледните точки на млади хора от ХХІ век, много от тях външни за града, чужденци, които откриват своите визии за квартали в съществуващите културни пластове на града. Създадох се нови връзки между съвременните функционални пространства, които да се впишат в една по-широка картина на новия „Пловдив ЗАЕДНО“³.

Интересът ми да препрочета отново интервютата си с един градски жител, който е и занаятчия и музикант, но и човек, преживял и осмислил чрез собствения си опит връзките между градските пространства, беше предизвикан от спомена ми за миризма на тютюн, звуци от метали и усещането за ходене по калдъръм, които помнех 20 години след разговорите с моя събеседник. Личното ми усещане беше, че миризмата на тютюн, която се беше пропивала цял век в сградите на тютюневите складове, постепенно избледнява. Самите те постепенно се разрушаваха или биваха трансформирани в нещо друго, но споменът на сетивата ми оставаше. Миризмите на града са силна опора за наративи, които съм слушала от моите събеседници от различни поколения и етнически общности в Пловдив – на тютюн, на храна, на изпечен хляб... В дисертационното си изследване „Етносоциология на града“ (Златкова 2012) интерпретирах разказите за места на града като „нاراتивизиране на пространството“, т.е. вписване на личната житейска история, преосмислена в автобиографичните интервюта като част от общата градска, национална, регионална или световна история. Търсех изразяването на индивидуални и колективни идентичности и очертаване на различни образи и категории обитатели чрез разбирането на и идентифицира-

² Още в самото начало на тези трансформации екип от студенти етнологи и социални антрополози от Пловдивския университет „Паисий Хилендарски“ с ръководители доц. д-р Красимира Кръстанова, доц. д-р Меглена Златкова и гл. ас. д-р Стоян Антонов участваха в изследователски проект „„Видимите“ и „невидимите“ обитатели на „Капана“ като част от по-голямо проучване „Възможният „Капан“, съвместно със СУ „Св. Климент Охридски“, УАСГ и Фондация „Едно“. Проектите и изследователските резултати са публикувани на сайта на проекта: <https://kapanaossible.wordpress.com>. Следващи изследователи на трансформациите на „Капана“ публикуваха Красимира Кръстанова (Кръстанова 2020) и Златина Богданова (Bogdanova 2019).

³ „Заедно“ или „Together“ е слоганът на „Пловдив 2019 – Европейска столица на културата“.

нето им с града, знанието за града, уменията да реализират множественост на социалните си идентичности. Също така, оглеждах индивидуалните разкази, търсейки града и градските пространства не само като наследени места, но и като форми на взаимодействия между „градски хабитус“ и „градски хабитат“ (Златкова 2012).

През всичките тези години, връщайки се към вече проведените интервюта или при разговорите с други хора част от теренните данни се съпротивляваха да могат да бъдат анализирани в споменатите изследователски проблематики. И това бяха спомени или истории за гледки, звуци, миризми, тактилни усещания, които отключваха разкази за градски места и общностите, свързани с тях⁴. Всъщност тези бележки по полетата, моята криптоетнография, която не „влизаше“ в аналитичните ми статии⁵, придобиваха все по-голяма плътност и очертаваха града като онази пресечна точка между памет, в това число и сензорна, и наследство – т.е. нещо общо, споделено, но и валоризирано като ценно от някаква институция. Този изследователски контекст ми даде увереността да свържа сетивността, паметта и културното наследство при изучаване на образите на града, на градските места и на общностите и групите.

Разбирането на невронауката и психологията за сензорната памет е, че тя е много краткотрайна, но е мощен източник на спомени. Осмислени, тези сигнали от обкръжението създават специфична сетивност на средата и мястото на индивидите и групите в нея, която задава смисъл и подрежда живеенето. Оттук „започва“ културната и социална антропология, която изучава формите на човешкото взаимодействие, групите, идентичностите, образите, нормативност-

⁴ Има много изследвания за градовете и сетивата и в историческата, и в антропологическата и социологическата традиции, но малко от тях анализират връзката между сетивност – сензорност, индивидуална и колективна памет. Част от тях съм представила в „Град и сетивност – възможни подходи към сензорна етнография на града“ (Златкова М. 2020), както и в „Сензорност и институции – към една възможна сензорна етнография на града“ (Славчева, М. П. Петрова-Ангелова, М. Златкова – под печат).

⁵ В статията си „Smells like *kurban* spirit. Ritual sensory scapes, social change and ethnographic memory“ (Givre 2021), разработвайки методологията на сензорната антропология, той се завърна към своите терени, свързани с курбана на Балканите и предложи много интересна методология и техники на анализ на антроположкото знание, което е регистрирано в теренните ни дневници или обикновено не включваме в основните си теоретични текстове.

та и творчеството в културата. А също така и превръщането на преживения колективен и индивидуален опит в наследство.

А умението да се осмисля, създава и подрежда средата, да се споделят и предават на следващите поколения форми на взаимодействие, изразяване и запазване на знанията, на идентичността, на спецификите на локуса, но едновременно с това и неговите универсални смисли и значения е нематериално културно наследство.

Според Конвенцията на ЮНЕСКО от 2003 година, нематериалното културно наследство е дефинирано като: „обичаите, формите на представяне и изразяване, знанията и уменията, а така също и свързаните с тях инструменти, предмети артефакти и културни пространства, признати от общностите, групите, а в някои случаи отделните лица като част от тяхното културно наследство. Това нематериално културно наследство, предавано от поколение на поколение, се пресъздава постоянно от общностите и групите в зависимост от тяхната обкръжаваща среда, тяхното взаимодействие с природата и тяхната история и формира чувството им за самобитност и приемственост, като по този начин способства за насърчаване на уважението към културното многообразие и творчество на човечеството“ (Конвенция 2003).

В статията си използвам тази дефиниция за основна при осмислянето на начините на интерпретиране на града от един носител на нематериално културно наследство, съчетан със сензорния подход в антропологията, за да анализирам как се конструират градските места. В концепцията за културно наследство се съдържа постоянното взаимодействие между индивиди, групи и общности и заобикалящия ги свят. Експлицитно е и разбирането, че формите на това взаимодействие са ценни, но и крехки и трябва да бъдат предадени на следващите поколения.

Изследователският подход на сензорната етнография, се развива от визуалната антропология, но не се ограничава с нея⁶. Връзката между пространството и тялото е една от основните при подхода на много теории и автори. Морис Мерло-Понти в своята феноменология на сетивата казва, че „сетивният опит е тази жизнена комуникация със света, която прави настоящето позната част от живота

⁶ Вече имах възможност да представя и публикувам статии за един възможен подход на сензорната етнография на града (Златкова 2019), така че тук само ще обърна внимание на възможностите на този подход при вече конструирани данни.

ни. На това възприетият обект и възприемащият субект дължат своята плътност. Това е тази осъзната основа, върху която ще се разположи усилието да опознаем света“ (Merleau-Ponty, 2004, p. 61).

Сара Пинк, продължавайки идеята на Мерло-Понти, казва в своята книга „Да правим сензорна етнография“, че тялото на изследователя е много важен инструмент в изследването и трябва да бъде включено в методологията, защото това дава чувството „да-бъдеш-в-света“, както казва Мерло-Понти, и че изследователят не само се стреми да разбере хората, които изследва, но и се поставя (*emplace*) на тяхно място. Ако включването в ситуацията позволява взаимовръзка между тяло и съзнание, то парадигмата на поставянето на мястото на наблюдаваните хора позволява да се проследи връзката „чувствени взаимоотношения между тялото, ума и обкръжението“. Изследователят е медиатор и фасилитатор на този процес, осъществена е „телесната интенционалност“ на Мерло-Понти. Формата, структурата и нормите в градовете са „просмукани“ в сетивността и афектите на градските жители и определят сензорните категории, чрез които се осъществява тази връзка между тяло, съзнание и околна среда, които конституират телесността и субектността (Pink, 2009).

Най-общо в методологията на сензорната антропология могат да се очертаят два подхода – на създаване на данни чрез мултисензорни интервюта, сензорни разходки и др. или използване на вече конструирани данни. Анализът на такива етнографски материали или на направени интервюта, описания, записки, дневници от гледна точка на сензорната етнография позволява да задаваме въпросите по различен начин. Тези въпроси обикновено са свързани с идентичността и субективността и начина на живот. Когато се обърнем към сетивата и сетивността, можем да разберем и сензорните категории, които хората използват, какъв е техният „сензорен дом“. В този смисъл можем да говорим и за субективни сензорни градове, които обаче са и общ дом за градските жители.

Анализът на литературни образци, кино – художествено или документално, блогове, влогове и др. позволяват на изследователя да изследва не сетивата, а репрезентациите на тези сетива. Хоус и Класен (Howes&Classen, 2014) предлагат при подобен тип анализ първо да се обособят части от материалите, в които има сетивност, след което да се определят индивидуалните модалности на сетивност и усещания. Този тип анализ позволява не само да се съсредоточим върху сетивата, като

ги деконтекстуализираме от културата, но и да разберем живота на хората в един по-широк аспект. От друга страна, тъй като в повечето случаи на терен получаваме устни интерпретации на сетивността, за да изясним по какъв начин индивидуалното се съотнася към по-общите категории, трябва да се вземе под внимание сензорността на езика и културните репрезентации на сетивата (Majid&Levinson, 2011). Този тип изследване може да бъде подготвителна част за етнографските сензорни разходки, интервюто като мултисензорно събитие и включеното наблюдение като наблюдение с учене.

Образите на местата на града, които са анализирани в този текст, са изградени в наратива на един майстор на струни, който не само пресътворява метала, за да създава звуци, но и самият той е цигулар и акордьор на пиана. Неговите разкази при срещите ни през 1999 – 2000 г. бяха насочвани от мен към града Пловдив, към обитателите му, към градските персонажи. Още тогава ми направи впечатление, че той вплиташе усвояването на занаята, осмислянето на технологията, изучаването на свойствата на металите с хармонията на музиката. Чрез разкази за обучение в знанията, уменията и технологичния опит на занаятчията се разкриваше и една по-широка мрежа от социални актьори, в която той живее и работи. При интерпретацията на тези наративи ще бъдат идентифицирани сетивните образи и спомени, които предизвикват разказ, за да се разкрият сензорните аспекти на обитаването на местата. Сензорната памет на майстора – носител на нематериалното културно наследство – е интерпретирана чрез думи, разкази за случки и събития, за звуци, за музика. Посредством изработените от него струни и цигулки занаятчията се свързва както с музикантите, за които той прави инструменти или настройва инструментите им, така и с други занаятчии и търговци и по този начин изгражда своята социална мрежа от отношения. В аналитичен план може да се каже, че обучението в занаят е не само дисциплиниране на тялото, разбиране на свойствата на метала, но и социализация, т.е. превръщане на „сензориума“ в „социум“. Освен позицията на майстор, гледната точка на моя събеседник е и на арменец. Той полага допълнителни усилия да се вписва и поддържа роднинските, съседските и общностните отношения на арменците в Пловдив, България, но и в чужбина като по този начин вплита общностната история в по-широкия план на градската история.

Вече представих събеседника си – пловдивчанин, роден в началото на 30-те години на XX век в центъра на града, в арменската махала, преживял Втората световна война, както и промените след края на войната. Наследник на занаятчий, той самият е майстор на струни, лютиер, акордьор и музикант. В неговите разкази за Пловдив, които аз записах на български език, в сетивния пласт на паметта по-голяма част от наративите му за случки, за хора, за места, за промени се свързваха в една цялост. И това вписване на осмислянето на града от един човек, който не е само музикант, но и занаятчия в колективния разказ за Пловдив свързва три пространства, които на пръв поглед в съвременния град са разделени, но превърнати в емблеми – Стария град, Капана и тютюневите складове, наречени днес „Тютюневия град“, в който все повече избледнява излъчваната от стените на сградите миризма на тютюн и все повече се превръща в спомен на сетивата. Връзките на тези места са многопластови – от една страна това са „арменските места“, от друга страна това са местата за живеене и работа в центъра на града, а от друга са част от сензорния пейзаж на „кореняците пловдивчани“.

В заглавието обособих три сетивни образа на града и в частност на Капана – *тютюн, метал и калдъръм* – като онези нишки на индивидуалната интерпретация, които вписват спомените в съвременността, индивидуалния опит в опита на различни групи и общности, очертаване на града именно като една мултисензорна среда, колективно обитавана и наследявана от различни поколения и групи. Тези връзки между градските места, хората и историите, основани на спомените на сетивата, се вплитат в индивидуалния разказ, който обаче се вписва в колективния. В следващата част от моя текст ще „дам думата“ на майстора на струни като цитирам по-обширни части от интервюта ми с него, защото сензорният опит е комплексен, той е свързан със сантименти и емоции, с афекти и морални категории, които много често се разбират като смисли, а не като чувства. И тъй като основният ми метод беше полуструктурирано интервю, в което събеседникът ми до голяма степен интерпретираше с думи своя опит, вплитайки го в наративни цялости, аз ще типологизирам именно тези разкази, свързващи паметта на сетивата за звуци, миризми и тактилни усещания с местата на града – като начини на взаимодействие и като памет и наследство.

Металът – звук, знание за струните, знание за технологиите

Нематериалното културно наследство са знанията и уменията на хората да превръщат природата в култура, използвайки специфични инструменти и следвайки културни технологии. В основата на занаята за правенето на струни е металът. Металът, звуците от метални предмети, градските шумове са една от червените сензорни нишки, които удържат всички разнообразни малки разкази в една цялост и то през опита на занаятчията. Както вече стана въпрос, подходът на сензорната антропология предполага анализ на значението на сетивността в изследваните културни контексти. За майстора на струни занаятът не е просто техническо усвояване на уменията да се изработват артефакти, а начин на съществуване в света.

За да се правят струни – няма училище и няма учебници. Или ще ги направиш сам, или няма да ги направиш. Става дума за добри струни. За някакъв тел навит с някакъв друг – това не е още струна. Струната има теоретична – фина механика част, има практическа част – хабер да имаш да свириш, да знаеш за какво става дума, видове инструменти да познаваш, видове струни... Има, аз съм изброявал понякога, дванайсетина области от знанието, които трябва да ги знаеш, да ги владееш, за да можеш да направиш струна, с която хората да излизат да свирят (А. К.).

В струната са вплетени не само знанията, но и сетивният опит на майстора, уменията „да накара“ една тел да свири, специфичен телесен опит, при който още докато се изработва предметът, той звучи като музика на музикален инструмент. В струната са проектирани и музикантите, които пък трябва да извлекат всичките нюанси на звуците, които могат да бъдат изсвирени. По този начин занаятчията вплита своето лично телесно умение, „обучено“ чрез културната технология и социалния контекст, в сензориума на по-големи общности, а чрез музиката и в една универсална културна памет. В личното си умение и осмисляне на занаята и собствената си позиция в сензориума и социума, майсторът на струни вплита и специфичната гледна точка на член на общност в диаспора, споделящ съдбата на много други бежанци и мигранти, които напускайки родните места могат да вземат със себе си само своя културен капитал и нематериално културно наследство – знанията и уменията на специ-

фични занаяти, които не изискват недвижима собственост и големи икономически капитали.

Когато един човек е беглец, носи своите способности в главата си. Затова такива малцинства са обречени да бъдат като евреите, като арменците, като българите по света, нали, да бъдат занаятчии (подч. м. М. З.). Не можеш да носиш парите си и машините си и имота си не можеш да носиш. Носиш, което умееш.

В разказите на майстора на струни се преплитат по много интересен начин пластове на сензорната памет като генератор на спомени с механизмите на спомнянето и забравата, в които се включват индивидуалното, и колективното преживяване на случки, събития, опит от обитаването на пространствата, върху което се наслаждат смисли, значения, морални оценки. Правенето на струни е телесен опит, който свързва тактилноста и слуха. Сетивата на майстора са свързани с обучение на тялото да се координира така, че да извлича от метала – звук. Като че ли чрез ръцете си той може да „чуе“ музикалния инструмент и обратното, когато чуе звука ръцете му да отмерят как да променят свойствата на струната, за да зазвучи в хармония. Това е и спецификата на комплексността на обучението на тялото и сетивата на занаятчията чрез културната технология да създава артефакти, една по-особена способност да съчетава сензорността с действията, но и с културните интерпретации.

Тази способност, която отличава добрия занаятчия, се изразява в цялостното отношение към света – наблюдателност, вслушване, прецизност на движенията, тактилна чувствителност, но и осмисленост и способност да забелязва и разгадава света, да „превежда“ сензорността на езика на думите, освен лингвистичен, да прави и културен превод. Той е човек от общност в диаспора, който обаче отлично познава и продължава да опознава както родната си арменска култура, така и българската и пресъздава света на два езика.

В следващите по-обширни цитати от разказите майсторът на струни ни „потопя“ в предвоенния Пловдив, чрез спомени, асоциирани с миризмата на суров тютюн и звуците от метал, придвижването в градските пространства като очертава един своеобразен сензорен културен пейзаж на тютюна, насложен върху картата на Пловдив.

Тютюнът – миризми и трансформации.

Къща – тютюнев склад – музей

Тоя музей, дето ви казвах, Етнографския, аз се възмуцавах тогава. Едно време големите бали по 50 кг надипленият тютюн, за ферментация ги пренасяха от складовете (в т. нар. Тютюнев град сега – бел. м. М. З.) – там (в Етнографския музей). От гарата ги пренасяха, от гарата – там. Беше склад Етнографският музей беше обречен да бъде склад.

Това се случваше преди Втората световна война през 20 в. и малко след това. Имаше биволски коли, които се огъваха от тежестта на тия пирамиди от тия денкове, и биволари, които качваха тия каруци. Как ги качваха по калдъръма там на горе и как ги складираха там и после ги разтоварваха. Бяха разбили входната врата. Добре че общината и министерството на културата намериха воля и средства, та го спасиха. Щяха да го унищожат това нещо. И не само него (А. К.).

Картографирането на пътя на тютюна от гарата и тютюневите складове до къщата на Аргир Куюмджиоглу – сегашната сграда на Регионалния етнографски музей – Пловдив⁷ свързва не само индивидуалните възприятия за миризма, звук и тактиленост на майстора на струни, но тези възприятия се включват при интерпретацията и на споделени визуални образи, станали емблематични за Пловдив, каквито са споменатите сгради. Превърнали се в материално архитектурно наследство чрез пресемантизирането на функциите от места за икономика в места за култура, тези топоси, част от градския пейзаж, служат и за опори на паметта. Трансформациите им следват един от културните сценарии за създаване на разкази, които правят връзката между минало и настояще и придават значимост на личния индивидуален опит като част от колективното конструиране на наследство. При тези трансформации, сензорните спомени активират по-скоро разказ за минали събития, отколкото за сегашните не само поради променената функция на градските места, но и на промененото място на човека в градските сензориум и социум. Миризмата на тютюн „изчезва“ от пропитите с нея стени на Куюмджиевата къща, а къщата се

⁷ Историята на рода на Аргир Куюмджиоглу и на сградата са изследвани от Ангел Янков (Янков 2020а), (Янков 2020б).

„пълни“ с артефакти, смисли и ценности и се превръща в Музей – институция на паметта. Мястото се запазва, образите чу са част от визуалната идентичност на Пловдив, използва се в различни рекламни продукти и лични снимки, блогове и т.н. Т.е. то не само е пресемантизирано, но е и с променена функция в сензорния градски пейзаж, описан от майстора на струни. От сетивен спомен, свързан и с обонянието постепенно се трансформира в преобладаващо визуален образ, който може да бъде разпространяван и в дигиталния свят.

Промяната в сетивната доминанта на иначе мултисензорните обекти от градското материално културно наследство е свързана не само с променените функции и роли на обектите и статутът на хората, които си спомнят за тях и конструират разкази, а и с промяната на близостта в общуването с тях. В разказите на майстора на струни спомените за миризми като че ли завършват след промените от 1944 година, когато и той вече е възрастен, но и градската среда е „разказвана“ предимно чрез звуци, гледки и тактилни усещания. Промяната на сетивните спомени за едно и също място препраща и към промяна на ценностите и оценките, които хората имат не само към това място, но и към променените взаимоотношения. В своя критически поглед към отношението на местните жители към местата, които са културно наследство Хърцфелд доразвива идеята си за „културната интимност“ (Herzfeld, M., Byrne, D. 2011) в отношението между местни и туристи⁸.

В плана на взаимоотношенията на хората, обитаващи пространства на културното наследство, и посетителите може да се каже, че местните имат различни степени на знание и значения, защото имат своите „усещания“ за обектите, имат свой сензорен опит, докато туристите, макар и пребивавайки за малко на това място, остават дистанцирани. Те наблюдават, слушат беседи от дистанция, в т.ч. и „културна дистанция“, а не обживяват и обитават.

Следващ пласт на наратива, отключен от сензорните спомени за миризмите на тютюн и звуците на метал, свързват в една цялост трансформациите на значими градски топоси и сгради, които се пресемантизират или получават друга функционалност, която е обвързана не само със съдбите на преселници и бежанци, но и с арменската общност в града. Тази специфична гледна точка на лич-

⁸ Нина Николова в своето монографично изследване на миризмите нарича обонянието „сетиво на близостта“ (Николова 2020).

ността отново свързва в наратив миризмата на тютюн като метафора за цялостния процес на преработката и разпространение, но и с културната технология, словесно изобразена чрез метал и звуци, както и с морална оценка за ценностите в отношенията между хората като съпричастност, състрадателност и солидарност.

Трансформацията на фабриката в убежище/дом

Ами старата фабрика Томасян? Дето беше на тръби закачен покривът. Помните ли го? Имам снимка от това положение. Това отдавна не беше фабрика, щото построиха новата там, на „Одрин“ и на „Велико Търново“. Там Томасян бяха предоставили на арменски бежанци. Във всяка стая имаше по едно семейство. Беше голям вътрешен двор, имаше около 15 – 20 стаи. Там живееха хората. И никой не поддържаше. Беше отчуждена, национализирана от общината след 1945 година от комунистическата власт и общината пет пари не даваше за това. И дойде до положение и покривът занемариха и го свалиха и сега стоят само каменни основи. Един ден би трябвало да се възстанови, защото тя е паметник на културата.

Тя е останала от ония времена – първата половина на ХХ в.

Върху тази карта, очертана от личните сензорни спомени, се наслагват общоградски истории за важни пловдивски арменски фамилии, собственици на тютюневи фабрики и личните съдби на много хора, които свързват живота си с тютюна – арменските бежанци, преселници от селата, бежанци от Беломорска Тракия и Македония, етнически и религиозни групи, както и опитът на всички новопристигнали или заминаващи си с влака от града, които минават покрай тютюневите складове и фабрики и вдишват утаената специфична миризма на сградите по пътя за железопътната гара на Пловдив. В следващите сегменти от разказите на майстора на струни, отново споменът за миризмата на тютюн провокира интерпретация на културната технология, занаята и личностите, които са значими за индивидуалната и колективна общностна памет, както и свързането на градските места – Тютюневия град и Капана:

*В Капана е бил първият дюкян на стария Томасян за тютюн. Рязан тютюн. Имал чираци, калфи и този мой роднина – Томасян – фабрикантът – синът на чорбаджията, трябвало да мете улицата пред дюкяна. За да се научи какво значи да работиш. След това е работил, минал е цялата тази йерархия – чирак и калфа и тъй нататъка, той имаше добър, не голям, но много компетентен екип от специалисти по тютюна. Закупчици, които разбираха от сортовете, от работите, аз съм отивал във фабриката със сина му, който е 5 години по-малък от мене, интересувах се от машини тогава – автоматика, нарязването на цигарите, картонажът беше интересен за мене. Тогава за пръв път видях асансьор в един от складовете – това, което е Стоматологичния факултет на Медицинска академия сега. Рентгеновото отделение беше картонажът. **Много обичам и до сега на суровия тютюн миризмата** (подч. м. М.З.). Във Перуцица през евакуацията сме работили при хазяите там. Една от дейностите им беше тютюн. До нас, където е сега къщата, там беше тютюните на бай Стоев. И в тоя – Етнографския музей, добре, че го спасиха. Използваха го като обречен на събаряне и склад с тия ужасни волски коли.*

Последният и най-дълъг цитат от разказ е провокиран от мой въпрос. В отговора си майсторът на струни създава една кратка история на арменската общност в града като съчетава подходът за наративизиране на пространството – чрез кратки истории на личности с картографиране на места и очертава картината на един „арменски Капан“.

Капана, общността и занаятите

Меглена Златкова: А има ли някакви занаяти, които предимно арменци са ги работили?

Казасян: Е, традиционно златарство, търговия някаква, малко индустрия. Братята, една от големите фамилии тука и то успешно богата фамилия, Асадоргорян. Това значи нещо като Божидар преведено. Те са също от заварените тука от Освобождението. От преди това. Те имат няколко клона и сега от тях са останали малко. Пионерският дом,

бившия на ул. „Антим Първи“ беше на един от тях. Той 1948-ма година като чужд поданик се изсели оттука, умря във Кайро, жена му и синовете и дъщерята съ пръснаха някъде по света, дойдоха тука след десети ноември 1989 г., получиха си къщата чрез реституцията и я продадоха.

Тая фамилия се занимаваше със индустрия и със железарство – търговия. Едно време даже иглите късно почнаха да се правят в България. Такива железарски произведения с масово приложение се внасяха. И те търгуваха с това и печелеха добре, бяха богати, на улица „Братя Пулиеви“ и „Йоаким Груев“ е една от техните работилници. На бившия завод за пневматични и хидравлични прибори, „Кочо Цветаров“ ли се казваше, както и да е, на Богомил и бул. „Източен“, старата част е тяхната копринена фабрика на двама от братята. Тяхна братовчедка е известната някога пианистка Зорка Саян. Тези двама братя, освен железарията, Кеворк, който се изсели във Виена едно време, и там работи като таксиметров шофьор, та те решават да модернизират коприненото преработване в България. И създават тая фабрика, купуват онзи терен, и зимат работници и зимат един бай Давид, някакъв арменец, който им беше пазач, той отива във Лион – центърът на френската коприна, да види какво значи копринарство, и го довежда тука и имаха няколко стотин работници навремето. Вървеше добре работата до Национализацията. След това вече свърши. Та това беше тяхна индустриална дейност.

На Капана, обаче, имаше малки работилници, имаше едни със името Самуел Караян. Той беше на края на улица „Христо Дюкмеджиев“ – на стария Капан, ателиенце имаше със няколко кръгчета на младия Бетховен, поправяше цигулки. Друг лютиер сега има един млад, друг, освен мене, не знам да е малко. Аз отначало се занимавах и с тая дейност, и със пиана съм се занимавал... Имаше железари и някакви полуиндустриални предприятия (А. К.).

В този сегмент от цялостния наратив на майстора на струни, образът на Капана е изграден като „индустриалното сърце на града“, както той присъства в спомените на много хора, свързани с това

пространство. Връзката на арменската общност с това място не е само пространствена – то е в близост до арменската махала⁹, много арменци имат дюкяни, магазини и ателиета там, но е и част от колективната памет за историята на арменската общност в града, представена отново чрез миграциите, чрез личностите и чрез значими събития. Макар и подходът за създаване на разказ в този сегмент е чрез избор на значими случки, личности, факти и места, в описанията „зазвучават“ пианото, цигулката, шума от машините в копринената фабрика. Активното отношение на майстора на струни не само към живота на арменската общност в града, но и към музиката, към занаятите, към местата и пространствата определят и начините, по които той конструира своите разкази. В много от интервютата ми със събеседници от различните етнически общности в Пловдив, родени през първата половина на XX век спомените разказите, провокирани от сензорните спомени доминират за периода преди 1944 година. За Капана и Стария град има много наративи за миризми и вкусове, но и емоции и ценности – на тютюн, на храна, на близостта между хората; за звуци – детската глъч и комшийските подвиквания по улиците на Стария град, звуците на различните занаяти в Капана и многоезичието на разговорите. След политическите промени в България и периода на социализма за Капана и Стария град се говори по-скоро с визуални образи и в сензорния пейзаж започват да доминират гледките и отчасти звуците. Сетивата на близост, каквито са обонянието и допирът са по-скоро изключение, защото тези две пространства губят своите реални обитатели. Старият град се институционализира като културно наследство, а Капанът след дискусии как да бъде реконструиран, също е запазен като архитектура и регистриран като колективен паметник на културата. Това своеобразно „изземване“ на сгради, места и пространства от хората и включването им в общоградско наследство променя и сензорния пейзаж на града, както и употребите на тези пространства.

⁹ До средата на XX в. Пространството на Стария град и „Капана“ е било една цялост. След построяването през 1950-те години на тунела под Стария град, булевардът ги разделя и постепенно се оформят като два отделни квартала. Това съвпада с национализацията на частната собственост и смяната на обитателите и на двете места, както и с разрушаването на много къщи, един площад и преместването на един пазар.

Градът е мултисензорна среда, която градският жител възприема и интерпретира чрез сетивата. За да се получи успешно взаимодействие между обитатели и места на обитаване, комуникацията има сензорен пласт, основаващ се на възможността на телата да възприемат информацията от околната среда. Сетивността е индивидуалният аспект, способността на телата ни да възприемат информация и тя е свързана с паметта, афектите, познанието, културата и др. Сензорният пласт на града прави възможно градското живее и обитаване на места и пространства, ориентиране и мобилност, но също така дефинира граници на групи и общности и дефинира колективното поведение на хората в градската среда. Например, звуците на града са разнообразни, но някои групи и общности спират да работят като чуят звука на камбаната или молитвата на мюезина, застават мирно при звука на сирените в 12 часа на 2 юни или си спомнят, че по време на военни конфликти са загасяли светлините и затъмнявали прозорците след сигнала от същите тези сирени, които предупреждавали за въздушни атаки. В планирането на селищата се вземат под внимание „приемливите“ и „неприемливите“ миризми и градските зони се строят така, че „неприемливите миризми“ да останат „скрити“ в частното пространство. Мултисензорната среда на градовете е общият пласт, който свързва техните обитатели, но, за да съжителстват, те трябва да „обучат“ сетивата си като част от първичната и вторична социализация, обучение в култура, професионално обучение, за да взаимодействат с другите.

Подходът на сензорната антропология, освен изследователски потенциал за изследване на градската памет и градските наследства е много плодотворен при изследване на нематериалното наследство в града, защото в градски контекст носителите – общности, групи и индивиди не винаги са ясно разграничими именно, защото градът е споделено пространство, а новодошлите се вписват или не успяват и в общи градски наследства. Арменците в Пловдив са значима общност не само за културата на града, но и за създаване на места и пространства, на практики, свързани с всекидневието, но и с празниците на пловдивчани. Но те участват не само в изграждането на социума, но и на един специфичен градски сензориум, който е общо споделен и чрез който старите и новодошлите градски жители се обучават не само в култура, но и в наследство. Обръщайки изследователския интерес към паметта на сетивата и сензорните спомени,

включени в наративите на нашите събеседници, можем да разплатим аспектите от сложните взаимодействия между индивидуалното и колективното, които се изразяват чрез елементите на живите наследства, на усвоените чрез културата и социализацията знания и умения не само да се превръща природата в култура, но и да се живее с другите. Сензорните спомени често препращат към пластове от различни исторически периоди, включени в житейския опит на всеки един човек, които получават различни интерпретации чрез механизмите на паметта и в зависимост от контекста, но тези елементи от наративите за градовете, в които има наслабвания на общи спомени на градските жители показват и значимите места, културни практики и ценности.

Въпреки че благодарение на един машабен културен проект, какъвто е „Пловдив 2019 – Европейска столица на културата“ пространствата на Капана, на Стария град и на т.нар. Тютюнев град отново бяха оплетени чрез връзки и взаимодействия и културни проекти, градската памет все още е запазила и спомена за миризмите, звуците и тактилните усещания за тютюн, метал и калдъръм, станали част от жизнения опит на много от общностите в града, който днешните обитатели наследяват и пресъздават.

БИБЛИОГРАФИЯ

„Възможният „Капан““ – сайт на изследователския проект: <https://kapanapossible.wordpress.com>. Последно посетен на 6.06.2022.

Златкова М. (2020). Град и сетивност – възможни подходи към сензорна етнография на града. – В: По спиралата на познанието. Сборник с доклади от научната конференция „Локус и универсум – 20 години по-късно“, посветена на 80 години от рождението на проф. д.ф.н. Тодор Ив. Живков Изд: НБУ, София. 222 – 242.

Златкова, М. (2012). Етносоциология на града. По примера на град Пловдив. Пловдив: Пловдивско университетско издателство.

Конвенция за опазване на нематериално културно наследство (2003). ЮНЕСКО, <https://ich.unesco.org/doc/src/00009-BG-PDF.pdf> Последно посетен на 6.06.2022 г.

Кръстанова, Кр. (2020). Фестивалите като ресурс за градско развитие. По примера на град Пловдив. – В: Елчинова, М., Р. Малчев

(съст.) По спиралата на познанието. Сборник с доклади от научната конференция „Локус и универсум – 20 години по-късно“, посветена на 80 години от рождението на проф. д.ф.н. Тодор Ив. Живков Изд: НБУ, София.

Николова, Н. (2020). Excrementum. Сетива на близостта. София: Критика и хуманизъм.

Славчева, М., П. Петрова-Ангелова, М. Златкова (2022). Сензорност и институции – към една възможна сензорна етнография на града. – В: *Български фолклор* (под печат).

Янков, А. (2020а). Пловдивският род Куюмджиоглу. Част I. В: *Сторник*, електронно издание <https://stornik.org/rodoslov/plovdivskiyat-rod-kuyumdzhioглу-1/> Последно посетен на 6.06 2022.

Янков, А. (2020б). Пловдивският род Куюмджиоглу. Част II. Куюмджиевата къща. В: *Сторник*, електронно издание <https://stornik.org/rodoslov/plovdivskiyat-rod-kuyumdzhioглу-2/> Последно посетен на 6.06.2022.

Bogdanova, Z. (2019). Kapana in Plovdiv as the „first creative industries district“: reality or illusion. – In: *Anthropology. Journal for Sociocultural Anthropology*, 6, 5 – 27.

Bunkse, E. (2007). Feeling is believing, or landscape as a way of being in the world. – In: Swedish Society for Anthropology and Geography: *Geografiska Annaler*, Series B, Volume 89, Issue 3, 219 – 231.

Givre, O. (2021). Smells like *kurban* spirit. Ritual sensoryscapes, social change and ethnographic memory. – In: *Ethnologia Balkanica* (in Print).

Herzfeld, M. (2009). The cultural politics of gesture: Reflections on the embodiment of ethnographic practice. – In: *Ethnography* 10(2): 131 – 152.

Herzfeld, M., D. Byrne (2011). Archaeological Heritage and Cultural Intimacy: An Interview with Michael Herzfeld. In: *Journal of Social Archaeology* 11(2) June 2011 https://www.researchgate.net/publication/268264871_Archaeological_Heritage_and_Cultural_Intimacy_An_Interview_with_Michael_Herzfeld Последно посетен на 6 06.2022.

Howes, D. (2005). *Empire of the Senses*. Bloomsbury Academic.

Howes, D., C. Classen (2014). *Ways of Sens-ing: Understanding the Senses in Society*. New York: Routledge.

Majid, A, S. Levinson (2011). The Senses in Language and Culture. – In: *The Senses and Society*, 6, № 1, 5 – 18,

<https://doi.org/10.2752/174589311X12893982233551> Последно посетен на 6.06.2022.

- Merleau-Ponty, M. (2004).** *The World of Perception*. London, New York: Routledge. Translated from French by Oliver Davis.
- Merleau-Ponty, M. (2004).** *The World of Perception*. London, New York: Routledge.
- Pink, S. (2003).** Representing the Sensory Home: Ethnographic Experience and Anthropological Hypermedia. – In: *Social Analysis: The International Journal of Social and Cultural Practice*, 47, № 3, 46 – 63.
- Pink, S. (2009).** *Doing Sensory Ethnography*. London: SAGE Publications Ltd.
- Pink, S. (2010).** The future of sensory anthropology/the anthropology of the senses. – In: *Social Anthropology/Anthropologie Sociale*, 18, № 3, 331 – 340.

“TOBACCO, METAL AND COBBLESTONES”: SENSIBILITY, MEMORY AND INTANGIBLE CULTURAL HERITAGE IN THE CITY

Assoc. Prof. Dr. Meglena Zlatkova

“Paisii Hilendarski” University of Plovdiv

Abstract: The article analyzes sensory images of three urban places that are constructed in the interviews and memories of a craftsman A.K. - bearer of the intangible cultural heritage, who is a representative of the Armenian community in Plovdiv, held in 1999 – 2000. The approach of sensory anthropology was used. A sensory landscape of Plovdiv is outlined, in which “Kapana”, the Old Town and the Tobacco Town are connected by the memories of the smell of tobacco, the sounds of metal and cobblestones. Sensory memories underpin narratives of the Armenian community connected to these places through their crafts, as industrialists important to the city, and as individuals. Relationships of closeness are observed that existed until the middle of the 20th century and the memories of these relationships are expressed through the memories of the “of closeness”. The changes in social, political and economic relations lead to the gradual change in the ways of constructing the collective memory of the places in Plovdiv. The three

topos are becoming more and more touristic places and the connections with the place are becoming more distant as the main senses constructing the sensory landscape with modernity are sight, taste and sounds. From places of everyday life, especially after the project “Plovdiv 2019 – European Capital of Culture”, Kapana and the Tobacco City are turning into cultural scenes, places of consumption and creativity and festival topos.

Keywords: *sensory memory, intangible cultural heritage, sensory landscape, Kapana*

В КАПАНА НА СЕТИВАТА

доц. д-р Добринка Парушева

Пловдивски университет „Паисий Хилендарски“,
Институт за балканистика с център по тракология – БАН

Резюме: Този текст предлага две „моментни снимки“ на пловдивския квартал *Капана*, разчетени през сетивата, с фокус върху звуковия пейзаж и визуалните възприятия. Едната касае времето от края на XIX и началото на XX век, а другата – 80-те години на XX век. Използвани са както писмени източници от различен характер, така и спомени (включително визуални, т.е. фотографии). Направен е извод, че мястото изпълнява основните функции на публично пространство и в двата разглеждани периода и е заявен интерес към продължаване на изследването през призмата на интересензивността.

Ключови думи: *звук на пейзаж, сетивни спомени, интересензивност, публично пространство*

Едва ли някой би оспорил твърдението, че *Капана* е едно от най-популярните публични места в Пловдив през последните години. Не само поради това обаче той е подходящ обект на изследване, но също така и защото е място, което крие – и понякога разкрива – много истории. Те са свързани както с вербални, така и с визуални наративи, а освен това носят и значителен обем сетивни спомени. Целта на този текст е да реконструира малка част от споделеното (и споделяно) сетивно знание за пловдивския квартал.

Въздействието на материалното и културното обкръжение на града върху сетивния живот на хората е несъмнено. Ще цитирам само едно възклицание на тийнейджър от София отпреди месец-два: „Ох, някак нямам чувство, че сме се прибрали в София, като не сме минали покрай рендето, тостера и самообръсначката“. То е споделено от майка му, която пояснява, че се прибират в столицата откъм „Люлин“, а не по „Цариградско шосе“. Така разбираме, че младежът визира модерните сгради на източния вход на столицата. Неговата реакция свидетелства за силното въздействие на визуалните образи върху нашето възприятие за дадено място. Историите за звуците, образите, миризмите, вкусовете

и усещанията от допир винаги очертават траектории на структурирано взаимодействие на хората и средата, които без съмнение са резултат от специфичния социален и културен контекст. И обратно, сензорните възприятия не само са част от историята на дадено място толкова, колкото и икономиката, политиката и социалните проблеми – те допринасят за обогатяването на тази история. Вече доста време теоретичният интерес към възплътената субектност (по Мерло-Понти) поражда изследвания, които поставят човешкото тяло и града в нови взаимоотношения.¹ Ясно е отдавна, че йерархията на сетивните характеристики невинаги е еднаква: в различните епохи доминират различни сетива. Така френският историк Люсиен Февър отбелязва, че XVI век е повече време на миризмите и звуците, отколкото на образите (Febvre 1982; срв. Classen 2001). Съвсем различно е положението през втората половина на XX век например: образите, редом със звуците, доминират публичното пространство на модерния (модернизиращия се) град, макар да съществуват редом с миризмите и вкусовете.

Именно образите (визуалните образи) и звуците на *Капана* са във фокуса на вниманието в този текст, макар не само те да имат значение за възприемането на местата на града, тъй като контекстите, които влияят на сетивата на хората (сензорните контексти), са свързани и с миризми, вкусове и тактилни усещания. Интересът ми в тази посока бе провокиран както от един проект на млади учени за сензорна етнография на града (2017 – 2018), ръководен от Меглена Златкова, за който бях отблизо информирана, така и от скорошното изследване на Андреас Либератос за звуковия пейзаж в балканските столици по време на тяхната модернизация (Lyberatos 2020). Все пак някакво ограничение е необходимо и то следва най-напред имплицитно от модерното време,

¹ Интересът към връзката между град и сетива не е нов. Голямо влияние върху този интерес оказва Георг Зимел, който още в началото на миналия век обръща внимание на големия град като сцена на нов тип градско съзнание, проявяващо се в определен (нов) ритъм на „сетивно-интелектуален живот“, и посочва значението на образа, звука и миризмата като основни елементи на човешкото взаимодействие (Simmell 1997: 155 – 156). Стимулиращи са и изследванията на Валтер Бенямин върху живота на улицата и нарастването на ролята на визуалните образи (Benjamin 1997). За преглед на тенденциите и постиженията вж. Cowan and Steward (2007: 2 ff.), както и Златкова 2020. От по-новите изследвания бих искала да открия и Damousi and Hailton 2017.

което ме интересува (от края на XIX век до наши дни). Значение изигра обаче и наличието на по-оскъдни сведения за сетивни усещания и спомени, различни от образа и звука. Що се отнася до сведенията, те са почерпени не само от публикувани изследвания за Пловдив в края на XIX и през XX век, но и от лични/семеини спомени и снимки. Освен това съм използвала и редица коментари и спомени във фейсбук групи (например Акция „Фото Пловдивъ“, Капана.БГ – *kapana.bg* и др.), т.е. изследователският терен е смесен (архивни материали, спомени, преса, дигитален терен). Използвала съм както текстове, така и опит (личен и чужд), с други думи – използваните методи са заети както от историята, така и от антропологията.

* * *

Публичните пространства на града обикновено отразяват идеите, които диктуват социалната динамика, тъй като пазят следи от човешката дейност в своята топография, смисли и значения. Животът в града протича в разнородни взаимодействия, вплетени в множество мрежи: икономически, социални, културни, които създават форми, образи, структури. Те обикновено са документирани в слово и визия, особено когато става дума за модерното време, поради което са надеждни свидетелства за промяната в градския пейзаж, независимо дали той е архитектурен, културен, или сензорен.

Капана като публично градско пространство в края на XIX и началото на XX век е средище на занаятчии и търговци в улиците около Куршум хан (днешния търговски център ХАЛИ), които носят имена, пряко свързани с дейностите, които ги доминират, например „Железарска“, „Кожухарска“, „Абаджийска“ и т.н. Всъщност в случая става дума за османско наследство не само като архитектура, но и като функции, макар пожар през 1906 г. да променя пространството в известна степен. Постепенно тези занаятчийско-търговски функции затихват към средата на века, макар и по време на социализма там да има малка общност от майстори, работещи в своите работилници. Историята с кампанията за спасяването на квартала от пълно разрушение през 70-те години на миналия век, когато е имало план за изграждане на голям търговски център в това пространство, е добре известна. Благодарение на действията на т.нар. „Колектив Капана“ *Капана* е спасен, но през 80-те и 90-те години е доста умърлушено и опърпано място. Това продължава и в началото на

настоящия век, чак до превръщането му в „квартал на творческите индустрии“ през 2013 – 2014 г., макар в момента да е по-скоро квартал на заведенията, отколкото на творческите индустрии.

Сведенията за сензорната история изобщо на Пловдив, и в частност на *Капана*, не са многобройни, а и вниманието на изследователите много рядко се насочва към нея, обикновено между другото. Що се отнася до сензорното настояще, известни са начинания, които засягат този аспект. За отбелязване в тази връзка е един проект отпреди няколко години, в който се включиха и студенти по социална антропология от ПУ „Паисий Хилендарски“, отново ръководен от Меглена Златкова. Той беше наречен *Възможният Капан* (kapanapossible.eu) и целеше не само идентификация на потенциала на една историческа градска среда като квартал *Капана* в Пловдив, но и очертаване на реалистичен сценарий за превръщането ѝ в център на творческите индустрии. В рамките на този проект студентите работиха по различни проекти, свързани с всекидневния живот в квартала, като част от идеите касаеха и сензорния контекст.

В този текст съм избрала да представя две „извадки“ – една от миналото и една от настоящето. И тук под настояще имам предвид личното време, т.е. времето, когато аз съм познавала *Капана*, а не същинското настояще, което е обилно представяно и проблематизирано както в пресата, така и в академичното пространство.

„Снимка“ от миналото

Във всеки период е възможно да се открият различни типове звуци. От едната страна са звуците, генерирани от хората, а от другата – онези, които са природни, например звуците от други живи същества, като птици или животни, или пък такива, свързани с водата, вятъра и други природни феномени. Така например в клоните на тополите покрай Джумая джамия живеят „хиляди врабчета, а зиме клоните им почерняваха от ятата гарги, които непрекъснато грачиха и произвеждаха стотици килограми курешки“ (Алваджиев 1971: 150). Както вече стана дума, в края на XIX и началото на XX век кварталът продължава да изпълнява характерните за османския период занаятчийско-търговски функции. Това е време, когато най-активни от сетивата на хората, обитаващи това пространство, са слухът, обонянето и зрението, защото именно тези сетива са най-често провокирани от случващото се наоколо.

Един от звуковете „образи“, доминиращ пространството, е звукът на „часовниците с човешки глас“, или мюезините, отброяващи петте дневни молитвени времена², съчетан обаче с камбаните, т.е. удрящите часа часовници. Това са етнорелигиозните звукови маркери.³ С течение на времето те се променят, основно в резултат на съзнателно провеждана от страна на българските правителства целенасочена политика на деориентализация, т.е. деосманизация във всекидневния живот. Друг звуков белег, за който има сведения, са потропванията на ношните пазачи в Пловдив, както ги споменава например Робърт Джаспър Мор през 80-те години на XIX век. Те чукат „гръмко по калдъръма с тоягата си“, за да уведомят жителите, че са будни и бдят над тяхната безопасност (Мор 1992: 29). Или проточеното „у уу у...“⁴, чуващо се из улиците на Пловдив по спомените на Екатерина Каравелова за същото време (1880 г.), които едновременно навяват носталгия, но са и досадни. Тези викове издават продавачите на вода, която е разнасяна в големи мехове на кон (Каравелова 1984: 127). И в трите споменати случая става дума за звуци, генерирани от хората – такива, които свидетелстват за социални употреби на публичното пространство.

Но всъщност в *Капана* най-чуваните звуци са онези, свързани с работата на майсторите, обитаващи пространството: „Там бакърджия е седнал на ниско трикрако столче пред цицината (дървен пън), окачил е дълбок тас на железния шиш със заоблена глава и майсторî първаза му. Някои пък коват менци, тенджери, ибрици, машрапи. Цял ден. Чак когато слънцето потъне зад кръгозора, песента на чуковете секва“ (Алваджиев 1971: 157 – 158). Именно тези

² Те се определят от специални хора, наричани *muvvakit*, буквално „тези, които задават времето“, и са сабах, ойле, икинди, акшам и ятсъ. – Вж. Либератос 2019: 286.

³ В случая всъщност става дума за културен конфликт: религиозното противопоставяне на османците срещу камбаните, както се е аргументирало, довело до тяхното нежелание да възприемат обществени часовници. Удрянето на камбана е било въведено най-напред в звуковия пейзаж на определени османски селища през часовника и часовниковата кула, а не чрез камбанарията. Примерът с османското Филибе е показателен: от 1611 г. има публичен часовник, който бие часовете алафранга от Сахат тепе, а християните получават ферман с разрешение да използват църковни камбани едва през 1849 г. (Либератос 2019: 291 и сл.).

⁴ От су (тур.) – вода.

звучи доминират и това е пряко свързано с основните функции на *Капана* като занаятчийско-търговски квартал.

Високата гъстота на населението по времето, когато обществото се модернизира, концентрацията на пазари, както и появата на все повече индустриални дейности, свързани с развитието и използването на технология, неизбежно създават шумове. Именно това е една от основните характеристики на прехода от прединдустриално към индустриално общество и това е причината да се изследва акустичният опит в града в този период на преход, който е важен както теоретично, така и методологично в дискусиите за градската модерност навсякъде (Vijsterveld 2008), включително на Балканите и в Пловдив.

Същевременно края на XIX и началото на XX век е и период, от който има запазени визуални образи на *Капана*. Макар и да не са много, те дават добра идея за начина, по който изглежда това пространство. Освен снимките на Димитър Кавра [Снимка 1] и Янаки Манаки например или на Крум Савов [Снимки 2, 3 и 4] от времето след Първата световна война запазени са и фотографии от някои по-малко известни фотографи. Тези образи – точно както и писмените източници – свидетелстват, че кварталът е изпълнявал трите основни функции на публичните пространства, които са най-важни за градския живот, а именно работа (производство и размяна), комуникация (между улици и сгради) и отново комуникация, този път като човешки взаимоотношения.

(Пред)настоящи усещания

Споменатите функции на *Капана* като публично пространство постепенно, макар и бавно, затихват до Втората световна война. Все пак и по време на социалистическия период из квартала продължават да съществуват доста работилници. По това време вече ролята на обонянието за усещането на *Капана* намалява, докато слухът и зрението остават много важни за сензорното възприемане на квартала. Причината е в постепенното изместване на част от занаятчийските производства с такива работилници, които са свързани предимно с метали и тяхното обработване. Всички звуци са свързани почти изключително с производство, докато останалите възможности – възпроизводство, свободно време и повишаване на стандарта на живот (по Генчева 2003) – по-скоро отсъстват от това пространство. Това е място, където или работиш, или минаваш на път за някъде другаде.



Снимка 1. Фотограф: Кавра 1880 г.



Снимка 2. Фотограф: Крум Савов



Снимка 3. Фотограф: Крум Савов



Снимка 4. Фотограф: Крум Савов

Производствените звуци идват от множество малки работилници. По спомени на членове на фейсбук групата *Акция „Фото Пловдивъ“* има няколко железарски работилници. Техен началник е бай Димо, а в тях работят предимно мъже, запомнени като Борето Артиста, г-н Неделев, Колето Китанов, Димбара (Митко Димбаров) и др. [Снимка 5, Снимки 6 и 7]. Особено видима освен чувана е работилницата на кака Ани, както я наричат другите работещи наоколо: тя е заварчик и на нейния дюкян пише, по спомени на Диана Райчинова и Тошко Железаров, следното:

„Електрожен

ЖЕНАТА

Оксижен“.

Оксиженистката Ана се слави, „че е единствената в Пловдив, която може да заварява спукани картери на двигатели на коли“ (*Акция „Фото Пловдивъ“*, февруари 2020 г.). Освен споменатите работилници добре известна е и тази на Рафи медникаря, както и хидравличната работилница на Касъра, Весо и Сашо.



Снимка 5. Фотограф: Милан Христев

Най-привлекателна за децата, минаващи през *Капана* – без значение дали с родителите им, или сами, на път за училище например, несъмнено е работилницата за елхови играчки. Много от порасналите деца си спомнят как са залепвали нослета в прозореца на тази работилница, за да гледат ококорени как работничките вътре духат стъклените играчки. Една от тези работнички е Снежана Георгиева, която потвърждава, че децата са гледали в захлас нейната и на колежките ѝ работа (*Акция „Фото Пловдивъ“*, февруари 2020 г.).

Все пак, макар да доминират производствените звуци, те не са единствените и по време на социализма. Така например привечер на ъгъла до булеварда (на ул. „Стефан Веркович“) от кръчмата на бай Митко често се чуват песни: след работа майсторите от работилниците се събират „на майсторска спявка“, както си спомня Арон Песах (*Акция „Фото Пловдивъ“*, февруари 2020 г.).

Споделените спомени касаят 70-те и началото на 80-те години на XX век. От втората половина на 80-те и първата половина на 90-те датират и моите първи спомени за това градско пространство, съпроводени с множество снимки, малка част от които споделям тук [Снимки 8 и 9]. Може би тези образи ще обяснят моето впечатление за *Капана* като занемарено и тъжно място, което би спечелило от всякакъв опит за обновяване и освежаване. Но въпреки това в мястото и тогава имаше скрита или по-скоро поуехнала красота [Снимка 10].



Снимка 6. Фотограф: Ерам Артинян 1990 г.



Снимка 7. Фотограф: Ерам Артинян 1990 г.



Снимка 8. Фотограф: Ерам Артинян 1990 г.



Снимка 9. Фотограф: Ерам Артинян 1990 г.



Снимка 10. Фотограф: Ерам Артинян 1990 г.



Снимка 11. Ядрото Фотограф: Добринка Парушева



Снимка 12. Графити Фотограф: Добринка Парушева

* * *

Акцията за спасяването на *Капана* споменах и не смятам за необходимо да дискутирам повече – това е отделна тема, при това добре изяснена. По-скоро ми се ще да се спра на различните мнения по отношение на превръщането му в нещо различно от занаятчийски квартал през последните години. Наблюдава се сблъсък на две основни мнения: от едната страна е носталгията по стария облик на пространството, изразена например от Румен Абаджиев: „не можа да се осъществи идеята „Капана“ да възвърне стария си оригинален облик на занаятчийски квартал, а стана една обикновена кафеджийница“ (*Акция „Фото Пловдивъ“*, март 2020 г.). От другата страна са привържениците на мнението, че миналото си е минало и новите времена имат нови ценности. Така Пламен Кочев се радва на факта, че в квартала се срещат много млади и весели хора: „След като ги няма майсторите, за какво въобще повдигате темата? Минало, заминало, нови времена и нови ценности. Не разбирам израза долнопробно кафене, но виждам много млади и весели хора да живеят в Пловдив“ (пак там). Има и „центристи“, които апелират да се рад-

ваме, че плановете за „пловдивския ЦУМ“ не са се осъществили и *Капана* все пак го има, като Радомир Парпулов: „Вие да се благодарите, че „Капана“ го има. Плановете бяха да му се тегли булдозерът и да се построи пловдивския ЦУМ! Слава богу, не намериха пари за този „грандиозен“ проект, та сега се запази, макар и без грънците, бакърите, вехтошарските дюкяни, машинните работилници (тук беше машиностроенето на Пловдив!), леярните (за чугун и на камбани!). Да се радваме и ценим това, което имаме от него!“ (пак там).

Радваме ли се обаче на това, което имаме?

Ако обърнем поглед към *Капана* в наше време, наричан „квартал на творческите индустрии“, но в действителност повече „квартал на множеството заведения“, без никакво съмнение звучите са, които доминират. Те не само доминират, те предизвикват и караници между собственици на заведения и живеещи в градското пространство. Но освен звуци има и множество миризми, както и впечатляващи визуални образи. Специално внимание сред тях заслужават графитите, които са навсякъде в това градско публично пространство – не само около т. нар. Ядро, но и на много други места, разпръснати из целия квартал, и допринасят за неговата атмосфера [Снимки 11 и 12].

Епистемологичният фокус върху видимото доминира в социалните науки до края на XX век. Всъщност обаче образите са неделяма част от обикновените ни усещания и всекидневния ни опит с тях. Затова не е изненада, че напоследък все по-често се взема предвид интерсензитивността на опита (Hamilakis 2013, цитиран от Lyberatos 2020), защото всичките сетива работят заедно и да отделим само звука или вкуса, или образа, би означавало на насиллим общата сетивност.

Понеже споменах неколkokратно „модерен град“, „модерност“, нека уточня, че опозицията предмодерно – модерно се появява по необходимост, когато разглеждаме звучите и образите на модерността. Не на последно място, защото именно връзката с модерността ни позволява да анализираме звучите и променящото се отношение поне към част от тях: повечето от механичните звуци, като онези например, произвеждани от фабриките, отначало са приемани позитивно, като маркери на прогреса и цивилизацията. Тези типично градски и типично модерни звуци са в контраст с доминиращо природните шумове на „традиционната“ селска среда. Промяната е

съпровождана и от друга, отнасяща се до визуалните образи, които също са неотменна част от културния пейзаж в един град.

Тези промени – или поне част от тях – много лесно могат да се превърнат в социален проблем. Именно такъв е случаят със съвременния квартал *Капана* по малко по-различни причини, характерни по-скоро за едно постиндустриално общество, където секторът на услугите създава по-голямо богатство, отколкото секторът на производството. Превръщането на квартала в място за предлагане на услуги (предимно), т.е. в място за развлечение, води до идеята за звука или по-скоро за шума като социален проблем и той няма да бъде решен скоро, ако въобще е възможно да се намери решение, задоволяващо и двете страни.

БИБЛИОГРАФИЯ

- Алваджиев, Н. (1971).** *Пловдивска хроника*. Пловдив: Христо Г. Данов.
- Генчева, Р. (2003).** Звучите на социализма. *Социологически проблеми*, 1 – 2, 179 – 195.
- Златкова, М. (2020).** Град и сетивност — възможни подходи към сензорна етнография на града. – В: Елчинова, М., и Р. Малчев. *По спиралата на познанието. Юбилеен сборник по случай 80 години от рождението на проф. д.ф.н. Тодор Ив. Живков (1938 – 2001)*. София: Нов български университет, 241 – 256.
- Каравелова, Е. (1984).** *Спомени на Екатерина Каравелова*. София: Издателство на ОФ.
- Либератос, А. (2019).** Време и измерване на времето на Балканите: представи и реалности. – В: *Преплетените истории на Балканите. Том 4. Понятия, подходи и (само)репрезентации*. София: Нов български университет, 280 – 315.
- Мор, Р. Дж. (1992).** *Под Балкана*. София: ИК „Младеж“.
- Пловдив през фотообектива на Крум Савов*. Пловдив: Регионален етнографски музей.
- Benjamin, W. (1997).** *Charles Baudelaire: A Lyric Poet in the Era of High Capitalism*. London: Verso.
- Bijsterveld, K. (2008).** *Technology, Culture and Public Problems of Noise in the 20th Century*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press.

- Classen, C. (2001).** The senses. – B: Stearns, P. (ed.), *Encyclopedia of European Social History*, vol. IV, New York: Charles Scribner's Sons.
- Cowan, A. and J. Steward (eds.) (2007).** *The city and the senses: Urban Culture Since 1500*. London: Ashgate.
- Damousi, J. and P. Hailton (eds.) (2017).** *A Cultural History of Sound, Memory, and the Senses*. London and New York: Routledge.
- Febvre, L. (1982).** *The Problem of Unbelief in the Sixteenth Century: The Religion of Rabelais*. Cambridge, MA: Harvard University Press. [Le problème de l'incroyance au XVI^e siècle. La religion de Rabelais. Paris: Edition Alvin Michel 1942].
- Hamilakis, Y. (2013).** *Archaeology and the Senses. Human Experience, Memory and Affect*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Lyberatos, A. (2020).** The Sounds of Modernity: Exploring the Balkan Capitals' Soundscape (Late 19th – Early 20th c.). *Etudes balkaniques*, 2020, 2, 189 – 208.
- Simmel, G. (1997).** Thesociologyofspace. – B: D. Frisby and M. Featherstone (eds.), *Simmel on Culture. Selected Writings*. London: Sage.

IN KAPANA (TRAP) OF THE SENSES

Assoc. Prof. Dobrinka Parusheva, PhD

*“Paisii Hilendarski” University of Plovdiv,
Institute of Balkan Studies with Center of Thracology –
Bulgarian Academy of Sciences*

Abstract: This text offers two “snapshots” of Plovdiv's Kapana district, read through the senses, with a focus on the soundscape and visual perceptions. One concerns the time from the end of the 19th and the beginning of the 20th century, and the other - the 80s of the 20th century. Both written sources of different nature and memories (including visual, i.e. photographs) were used. A conclusion is drawn that the place fulfills the main functions of a public space in both considered periods and an interest in continuing the research through the prism of intersensitivity is put forward.

Keywords: *soundscape, sensitive memories, intersensitivity, public space*

КАРТОГРАФИЯ НА КАПАНИ И ПЪТЕКИ В КУЛТУРНОТО ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО – ИЗСЛЕДВАНЕ НА СЛУЧАИ В ПЛОВДИВ, ВЕЛИКО ТЪРНОВО, ВАРНА И СОФИЯ

ас. д-р Зорница Драганова

Институт по философия и социология – БАН

Резюме: Културното предприемачество е тема, която предизвиква все повече интердисциплинарни и полипарадигматични усилия. Навлизането и разпространението на концепцията за „творчески индустрии“, осъзнаването на необходимостта от актуализиране както на политиките, така и на управлението в сферата на културата, все по-отчетливо видимата необходимост от съхраняване и социализиране на движимото и недвижимото културно наследство посредством комплекс от традиционни и модерни методи: всичко това са фактори, които провокират и повече изследвания и анализи на проблеми от сферата на културата и изкуствата.

Ключови думи: *културно предприемачество, култура, културни продукти, творчески индустрии*

Водеща цел на този текст е да предложи възможна интерпретация на културното предприемачество в търсенията на градската антропология. Сред пресечните области между тематичните полета на културното предприемачество, градската идентичност и пространства се очертават няколко отплавни точки, които могат да бъдат използвани в бъдеще при изследването на тази проблематика. Тази своеобразна систематизация е резултат от провеждано и в момента изследване на тема „Микропредприемачество и политики в сферата на културата: актуални идеи и практики“, стартирало през 2020 г. върху случаи/обекти (case studies) – културни инициативи, места за събития, организатори и колективи, с проследяване на тяхната динамика, предизвикателства и развитие в контекста на променящи се политики и събития/процеси от глобален характер.

Теза, изложена в този текст, е, че културното предприемачество може да се разглежда като приобщаване на различни публики

към културни постижения и процеси и да включва градските пространства като социален контекст и идентичностните наративи като инструмент за реализиране и предаване на идеи и начинания.

За целта акцентът на този текст ще бъде върху съставянето на своеобразна „карта“ на изследваните инициативи, но и на идеите, които ги задвижват, възпрепятстват или подтикват към промени. Изследваните обекти (case studies) са представени с техния предмет на дейност, специфика на разположението им в градското пространство, ключови моменти, предизвикателства и перспективи. Те са базирани в Пловдив, София, Велико Търново и Варна. Към края на 2021 г. изследването е в процес на разширяване на броя случаи и прецизиране на изследователските въпроси, с което навлиза в нова фаза.

Култура и културни продукти: подразбира ли се какво имаме предвид?

Обикновено когато говорим за „култура“, подразбираме нещо приблизително, съставено от всички вярвания, практики и поведения в дадено общество. Понеже културата се усвоява и заучава, тя включва модели на мислене и изразяване. Дори когато мислим обществото като съставено от индивидуалности, културата винаги оставя своя отпечатък в начина, по който възприемаме и социалните си връзки – наследяваме езика, който оформя възприятията и поведенческите ни модели в ситуации от най-интимен характер, до такива, свързани с възгледите ни и политическите процеси. Но за да навлезем в темата за културния капитал и представянето на културата през определени продукти, разкази и прояви, можем да потърсим по-специфични и съвременни концепции.

Спербер работи върху дефиниция за културата като „свкупност от обичаи, материални и духовни постижения и колективни приравнявания“ (Sperber 1996: 15). За Фортен, културата, която е сложно понятие, може да бъде определена като „свкупност от знания, ценности, вярвания и референции, които хората в едно и също общество споделят и които влияят върху поведението. (...) Като цяло, става дума за постепенна промяна в ценностите, вкоренени и интегрирани в популацията в продължение на няколко поколения“ (Fortin 2002). Фиск пише, че културата е „активен, динамичен, жив организъм само поради активното участие на членовете му в неговите комуникационни кодове“ (Fiske 1990: 82).

Според Скот и Лейн обща дефиниция на културата в контекста на културното предприемачество е „интерпретационна рамка, чрез която индивидите осмислят собственото си поведение, както и поведението на колективността в тяхното общество“ (Scott & Lane 2000: 49). Предприемаческите ситуации със сигурност са разнообразни и разнородни, но не могат да бъдат отделени от идеята за създаване на стойност. За Берглунд и Холмгрен говоренето за предприемачеството като хомогенен феномен все още изглежда проблематично, предприемачеството е многоизмерно и многостранно (Berglund и Holmgren 2007). Сред новите теоретични формулировки в областта на културното предприемачество следва да се отбележи работата на Геман и Сублиер – те систематизират изследването на културното предприемачество като съдържащо три основни „потока“. Първият вид културно предприемачество се фокусира върху производството на култура с водещи участници – организации с висока и популярна култура. Вторият тип третира културата като инструмент за легитимиране на нови предприятия и начинания. Авторите предлагат „трета вълна“ в изследването на културното предприемачество – „създаване на култура“, „разпределени и междувременни процеси, при които стойността се създава чрез множество и плавни репертоари и семантични регистри“ (Gehman & Soublière 2016).

Според Кабаков културното предприемачество е „инвестиция в промяната на обществото, разбираана в разширената му концепция“ (Кабаков 2017: 118). Авторът посочва противоречивите аспекти на културното предприемачество: от една страна, мобилизиран е неизползван потенциал за социално развитие чрез иновации и творчество, но от друга страна – възвръщаемостта на положените усилия е проблематична както от икономическа, така и от политическа гледна точка.

Анет Ноден поставя въпроса: Как индивидите оспорват, отхвърлят или приемат идентичности и характеристики, свързани с нормативното поведение като средство за „превръщане“ в културен предприемач? Отличителна черта на културните предприемачи са многото други идентичности, които трябва да бъдат договорени заедно с тяхната предприемаческа практика (Naudin 2017). Джоунс и Спайсър (Jones & Spicer 2009) представят критична позиция относно предприемачеството изобщо в книгата си „Разкриване на предприемача“ – според тях има тенденция както в изследванията на предпри-

емачеството, така и в популярния дискурс да се разглежда предприемачът като имащ постоянна (и с положителни конотации) идентичност. Тези идентичности са склонни да бъдат нестабилни, основани на взаимодействие в релационна среда. Това е особено важно в епохата на съвместно творчество и генерирано от потребителите съдържание – „професионалните идентичности“ се поставят под въпрос, тъй като понятието „експерт“ или „професионалист“ е отслабено. „Професионалните идентичности“ са трудни за идентифициране и обобщаване и както твърди Дю Ге (du Gay 2007), те се основават на идеологическа референтна рамка, носена от членовете на една общност. В този случай общността се състои от индивиди и структури в градска културна среда, а културните работници се представят като „професионалисти“ – в смисъл, че изкарват прехраната си с културната си дейност и във връзка помежду си като местни мрежа. Стюарт Хол подчертава, че идентичността е конструирана в различни контексти, позиции и дискурси и се представя като нестабилна. Индивидите договарят тези противоречиви ценности по различни начини, показвайки различни нива на признаване и приемане на тяхната предприемаческа идентичност (Hall & du Gay 1996).

С оглед на тези определения може да се каже, че предприемаческият акт се състои в преминаване от абстрактна идея, превръщането ѝ в реалистичен и постижим проект с цел създаване на икономическа и/или социална стойност. Тя трябва да се възприема като общо отношение на индивида, което може да бъде възприето в ежедневието и професионалния му живот.

В този ред на теоретизиране истории или разкази, събрани на изследователския терен, както относно ролята и фигурата на културния агент от всякакъв тип, така и за местния културен контекст, за общността, функционират за идентифициране и легитимиране на нови начинания, като по този начин посредничат между съществуващите запаси от предприемачески ресурси и последващ капитал за придобиване.

Цел и обекти на изследването

„Творческите индустрии“ се разбират в най-общ смисъл като съвкупност от различни дейности в различни подобласти на културата и изкуството. Под „предприемачество“ в сферата на културата и изкуствата тук се разбира, макар и с всички критики, които могат

да се отправят към този подход, мобилизация, комбиниране на определени ресурси с цел създаване на продукт, а този продукт може да бъде ценен, т.е. да генерира директна печалба, или може да се реализира чрез финансови механизми и не е задължително да се създава с цел директно представяне на пазара, а да провокира нови културни значения и да „разбърква“ установените кодове и представи в една общност. Изследователските цели са три:

- Идентифициране на водещи теми около създаването, функционирането и особеностите на културните инициативи и практики;
- Идентифициране на степента, до която културните агенти прилагат практики за привличане на публика от различни социални групи и пространства;
- Очертаване на характеристиките на идентичността на културните предприемачи и тяхното отношение към социалната културна среда. Изследователските въпроси могат да се представят така:
- Как актьори в културната и артистичната сфера „договарят“ позицията си като творци и иноватори спрямо рамките на институциите и политиките в сферата на културата и изкуствата;
- Как се артикулират факторите както на външната среда, така и тези на вътрешната динамика на организационния/артистичния процес в културното предприемачество.

Инициативи в сферата на културата и изкуствата

Към лятото на 2021 г. изследваните организации, колективи, артисти и пространства бяха 13 на брой. Тук са представени 8 от тях поради ограничението в обема на текста, но също и с оглед на максималното разнообразие. Някои от тях междуременно прекратиха дейностите си, но въпреки това са включени тук като допринасящи за съставянето на мозайка от разнороден предприемачески и организационен опит в сферата на културата и изкуствата. При извеждане на цитати с респонденти последните са представени с инициали.

Ателие „Пластелин“ (сдружение и независимо артпространство), София

Ателие „Пластелин“ се намира на ул. „Цар Симеон“ 48 (в рамките на район, който е поле на артистично брандиране през последните години – между ул. „Раковски“, бул. „Дондуков“, бул. „Мария Луиза“ и бул. „Сливница“) и се помещава в сграда – паметник на културата, датиращ от около 20-те години на XX век; построена е като фамилна жилищна сграда с търговски обект на партерно ниво. След като е представителен магазин за продукти от ковано желязо – част от характерния профил на квартала като „занаятчийски“ в миналото, след 1989 г. се редуват периоди на затваряне, функциониране като място за наем на видеокасети, склад за вторични суровини. От около 2000 г. мястото бива затворено, ставайки неизползваемо. Ателие „Пластелин“ се помещава в сградата от 2008 г., като с годините и обживяването се предприемат дейности за укрепване на тройката при проблемни периоди и по думите на респондентите „винаги има нужда от някакви ремонти“. Не са ясни и намеренията на някои от собствениците на сградата, но въпреки рисковете от поддържане на артпространство в такива условия, мястото остава разпознаваемо, желано и обвито в романтичен наратив за атмосфера и „ретроакцент“, който се вплита в идентичността на културния продукт. Всъщност използването на думата „романтичен“ няколко пъти през цялото интервю отговаря на една от често изтъкваните в литературата характеристики на културния предприемач, описван като „идеалист“.

Основният дефицит, който идва да реши Ателие „Пластелин“, е определяната като „параграф 22“ от респондент невъзможност за излагане на собствени творби в утвърдени места за изкуство непосредствено след завършване на НХА. Галериите изискват опит от минимум две осъществени самостоятелни изложби: „тоест аз трябва два пъти да надскоча системата, за да ме приемат“ (Н. Б., интервю, 2020 г.). Решението за пространство, което да преодолява проблемите на йерархичните принципи и маргинализирането на младите артисти, е описано от респондентката като „инат“, съчетаващо описваните в литературата предприемачески характеристики риск, упоритост, но и иновация. Като „абсолютен вакуум“ е описан дефицитът на пространства за свободна изява на млади творци в периода

2007 – 2008 г., особено в контекста на глобална финансова криза и свиване на „неосновни сектори“.

Дейностите и разнообразието на културни продукти се умножават от 2011 г., когато започват да действат театралната група към Ателието, и този нов период се описва като „нов живот“ – за разлика от предишния, който е описван като „романтично-радикален“, „много ъндърграунд“, „екстремен и луд“ с пърформанси и изложби, включително на „скандалния“ по онова време Олег Мавроматти. В случая Ателието запълва дефицит на места за представяне на алтернативни гледни точки в изкуството, а междувременно се занимава и с теми около социалната и политическата роля на изкуството като проводник на критика и своеобразна форма на активизъм. От друга страна, тези теми са също и част от дискусия за това докъде може да се простира радикалността, когато публиките все пак не са достатъчно и нямат възможност да „издържат“ мястото на пазарен принцип, поради което се налага търсене – макар и рядко – и на институционална финансова подкрепа.

Макар и непряко свързана с изследвания обект е бележката на респондентите относно предстоящ строеж от другата страна на улицата. Според респондентите там доскоро е имало дом за възрастни хора, но както обяснява един от респондентите: „един ден дойдоха, изкараха ги хората – то си имаше хора, оградиха мястото и събориха хубавата сграда“ (Я. К., интервю, 2020 г.). Тази странична микроистория е показателна за някои ефекти на джентрификацията на т.нар. „стари квартали“.

„АфриКая“ (център за африканска култура), София

„АфриКая“ трябваше да се установи на ул. „Крум Попов“ 56 в кв. „Лозенец“ в София, помещавайки се в бивша сграда на БТК. След като става частна собственост, през 2010 г. там отваря едно от първите места за споделено работно място като клон на берлинското пространство за споделено работно място Betahaus. Към момента сградата се използва от различни школи и компании.

Основната предприемаческа фигура в тази инициатива се занимава с култура на танца и преподава в различни школи в София от 8 години. През това време със сдружение „Културовещи“ (към момента на интервюто – неактивно) и партньорства с организации в различни градове инициира събития, свързани с африканска музика

и танц. С натрупването на опит идва и необходимостта от конкретно специализирано място, където групата или мрежата от партньори и творци, занимаващи се с различни дейности, свързани с африканска култура, да определя работното си време и да има определен фокус. Дефицитът, който следва да покрие инициативата, е липсата на свързваща точка за разнообразни дейности. Също така – да бъде място за културен диалог и да опита да събере разпръснатата африканска общност в София. Собствената площ според респондентката би позволила разгръщане и преодоляване на дефицитите на „чуждите“ места, осъществяване на иновативни идеи. Основен фактор е човешкият ресурс, необходимостта да се обособи пространство за увеличаващия се брой хора, които се занимават с музика, танц, дизайн, свързани пряко или непряко с африканска култура. Планираните дейности са уроци по танци, музикални инструменти, актьорско майсторство, прожекции, представяне на африканска литература, работилници за деца, празници.

Център „АфриКая“ е регистриран като фирма, като основната дейност следваше да бъде търговска, тъй като се провеждат уроци и различни занимания с вход. Според респондентката би било добре да има сдружение, за да се *„работи като НПО с имигранти и с хора, които по някакъв начин би било добре да бъдат интегрирани през културата в София, и затова би било много по-лесно да имаме сдружение“* (М. К., интервю, 2021 г.).

Намирането на сградата, както и привличането на помощ от спонсори става през вече формирани социални мрежи. Както тук, така и при други от изследваните инициативи съществуващите социални мрежи и познанства играят съществена роля в предприемаческите инициативи.

В България няма официални представителства, като културни центрове или организации, освен посолства на няколко африкански държави. Респондентката не уточнява с кои посолства е осъществена връзка, но особен интерес от тяхна страна не е проявен. Бидейки институции, респондентката предполага, че те очакват първо да идентифицират собствения си интерес, преди да се ангажират с подкрепа за малка инициатива в процес на подготовка.

“Dizzy Grooves” (работилница за ритъм и менторство), София

“Dizzy Grooves” е „работилница за ритъм“, микропредприемаческа инициатива на преподавател по ударни инструменти, който се включва и в програми за менторство, както и има опит с разнообразни други дейности. Репетиционната се намира в „Завод 33“ – „комплекс“ от репетиционни и студия, помещаващи се в стара индустриална сграда на ул. „Цар Самуил“ 149. Респондентът описва сценарий, който е характерен за големите градове с нефункциониращи индустриални зони и практиката на усвояването им от предприемачески инициативи в сферата на творческите индустрии. През последните 10 – 15 години в София музикантите се кооперират и попадат в пространства, във и около които се концентрират репетиционни или някакви други помещения за изпълнителски или визуални изкуства. Те не действат организирано, обикновено има един човек, който е успял да ремонтира помещенията и ги преотдава под наем.

„Оттам нататък всичко е на доверие, (...) пространството е съседно на много такива пространства и ти си постоянно в потока и в мрежата“ (Д. П., интервю, 2021 г.).

Music Elevator е проект на сдружението Концерти.бг, чиято дейност започва през 2010 г., и представлява изграждане на платформа за актуална информация за голям брой събития с музика на живо. Music Elevator е подет от екип от 4-ма души и има за цел предоставяне на сцена на млади български музиканти и артисти, свързани с музика; проектът предвижда над 10 събития, включващи над 150 музиканти. Партньорството между респондента и Концерти.бг започва с организиране на работилници за ритъм за деца, но сътрудничеството започва с епидемичната криза:

„Кризата натисна артистите да се кооперират, в широката музикантска сфера навлязоха проектите. (...) Някакъв шанс за оцеляване... и развитие са тези проекти. В този сектор трябва да си фрилансър на много станове и това си е рецепта за бърнаут“ (Д. П., интервю, 2021 г.).

Тук изпъква още една характеристика, до която често стигат изследователите в областта на предприемачеството: добрата взаимовръзка и лична мотивация вътре в екипа или колектива на дадена инициатива. Това е ключово при случаи като този респондент, чий-

то наратив продължава с потенциалното „прегаряне“, до който според него води непрекъснатата проектна работа.

С разказа за първия онлайн концерт респондентът посочва скритите трудности на онлайн планирането и осъществяването на проекти. Стриймингът изисква много време и ресурси поради ред технически и организационни причини – нещо, което би било немислимо без институционална подкрепа, тъй като събраните на дарителски принцип средства са незначителни спрямо огромния брой потребители, които са се включили в конкретния стрийминг.

Дейността, която носи приходи на респондента, са уроците, които са се „преместили“ онлайн.

„Има едно завихряне, което е отвъд нашата природа и което ни скаква. Забързано е, изнервено е и не е спокойно времето, в което живеем, заради този форсиран темп на работа. Ако ти не си част от тази интернет мелачка (...), имаш много по-малко шансове да си реализираш идеите. Иначе това е ресурс – да работиш с много хора отвсякъде, което е нещо ново и хубаво, и прекрасно. Примерно днес урокът ми е с едно дете, което е в Еленския Балкан“ (Д. П., интервю, 2021 г.).

Фондация „Смокиня“/Кафене „Пейка“, Пловдив

Кафене „Пейка“ се помещаваше в къща на емблематичната ул. „Бетовен“ в Пловдив с гледка към най-стария парк на града – Дондуковата градина, от края на май 2020 г., а отвори официално през септември 2020 г. Към момента на интервюто респондентът артикулира проблематичния период: „Естествено, не сме глупави и знаем, че поехме риск в много глупаво време. Или поехме глупав риск в много ясно време – време на пандемия, на блокади“ (Т. Г., автозапис по изпратени въпроси, 2020 г.). Пространството затвори през лятото на 2021 г., но фондацията продължава и увеличава дейностите и обхвата си – което е частична причина за прекратяването на поддържането на кафене за културни събития.

Историята на Фондация „Смокиня“ започва през 2013 г. със списването на блог „Смокиня – младежка работа“ (2013 – 2016) – в него се публикуват и популяризират възможности за обмен по програмата „Младежта в действие“. След „доста работа, усилия, колебания и вдъхновение“, както отбелязва респондентът, се регистрира

Фондация „Смокиня“ (за краткост ФС). Кафене „Пейка“ (за краткост КП) е проект или начинание на ФС, което започва в края на първото затваряне поради пандемичната ситуация през 2020 г. Намерението е ФС да инвестира в нещо като малък бизнес, който да генерира печалба, и така да се създаде възможност за финансова стабилност на ФС. Респондентът описва основната концепция на КП като ансамбъл от характеристики на хибридни пространства, които са наблюдавани от колектива/ядрото съдружници. Дефицитът, който Кафене „Пейка“ трябва да покрие, е на „място, свързано с култура, младежки дух и дейност, същевременно да е кафе-бар и да домакинства събития“ (Т. Г., автозапис по изпратени въпроси, 2020 г.).

Освен че във ФС има двама ръководителя, има доброволци от различни страни, които идват за различен период от време – до 12 месеца. Тези младежи идват целенасочено, имат обезпечение по дадения проект и целта на доброволството им е двупосочна: от една страна, да бъдат въввлечени в дейността на ФС и да се използва техният капацитет за подпомагане на дейността; от друга страна – да придобият нови знания и умения, с които да се ориентират професионално.

Ключовият предприемачески инструмент и тук, както и при повечето други обекти, е мрежата от контакти. Респондентът посочва, че ФС е реализирала над 90 проекта с над 450 младежи, които са били изпращани по обмен; като пример се посочват Гърция, Хърватия, Италия, Испания.

Дългосрочна цел на Фондацията е да се разрасне като организация със собствен обучителен център. Избягват се български финансиращи институции и механизми, защото „те са компрометирани и обременени с огромен административен товар – ако един проект по програмата „Еразъм+“ се състои от два класъора с документи, то по програма, финансирана от българска организация, ще трябва да подготвя 10 класъора“ (Т. Г., автозапис по изпратени въпроси, 2020 г.).

„Дувар колектив“, Пловдив

„Дувар колектив“ е неформална група, състояща се от художничка, антрополог и местни жители на кв. „Столипиново“. Ядрото на групата са именно двамата, но колективът се мени според дейността, с която се занимава. Респондентите го оприличават на „облак“; непрекъснато се променя, но името остава. Всъщност „Дувар

колектив“ е микрогражданска група, която работи по това да насърчава хора от местната общност да изразяват себе си и да предприемат инициативи – както социални, така и културни.

Идеята за тази група или „колектив“ израства от желанието да бъдат самите организатори част от общността в „Столипиново“, за да преодолеят обичайния модел на моментна намеса отвън, както обикновено се случва с проектите за маргинализирани общности. Началният проект е посветен на игрите с ръце на децата. Органично израства от връзката с хората и желанието им да се включват в различни дейности. Респондентите казват, че „...това е нещо наистина уникално, нещо много ценно и за нас, и за света – този тип колаборация с различни хора от различен контекст“ (Н. В., Х. Р., интервю, 2020 г.). Дейността на този обект е експлицитно посветена на социално приобщаване, докато културното предприемачество е по-скоро желан ефект, но и инструмент за включването; при повечето от другите обекти това е обратното. В същото време задълбочеността на работата във въпросната общност, както и бекграундът на респондентите изгражда постоянна себerefлексия и самооценка.

Дефицитът, който „Дувар колектив“ адресира, е доста очевиден – липсата на видимост/чуваемост на жителите на „Столипиново“, което остава обвито в хомогенизиращи наративи за пълна изолация и мистерия. Респондентите посочват, че хората искат наистина да бъдат чути, имат нужда от платформа, от мост към външния свят, защото често някои от идеите им имат нужда да бъдат преведени или контекстуализирани, за да бъдат разбрани.

Целта е местните жители да припознаят дейностите като свои. За колектива това минава през процедура и формулиране на проект, цели и пр., но за хората отсреща е възможност за видимост. Резултат е изготвянето на уебсайт и понякога трябва да се съобразяват с неща, които не харесват, защото искат да оставят хората да предприемат самостоятелно. Също така са подготвяни и реализирани в пловдивски галерии изложби с творби, по които колективът работи заедно с местните хора от „Столипиново“.

Интересно е да се спомене какъв ключов момент за колектива изтъкват респондентите: когато показват готовия продукт на една от дейностите – комикс, базиран на истории от „Столипиново“, местните хора са изразили недоволство, защото „това са неща, които знаят“: „Трябва да покажете продукта на кмета/правителството“.

Респондентите дават за пример история за антрополога Асен Балик-си, който възкликнал, че най-добрият момент в кариерата му е, когато хората излизат от прожекцията му, понеже не искат да гледат „банални неща“, които вече знаят. Това за антрополога означава, че работата е свършена, защото явно е постигнала автентичност, пълно препокриване и отразяване на хората, каквито те сами се възприемат.

Друг дефицит, който се опитват да преодолеят от „Дувар“, е трудността да се стигне до българската публика.

„Не можеш да си директен, не можеш да им кажеш, че жителите са турци, а трябва да им кажеш, че са роми. Трябва да се вместиш в рамките, които вече съществуват в главите на хората“ (Н. В., Х. Р., интервю, 2020 г.).

Самостоятелна група от „Столипиново“ са регистрирали свое собствено НПО – „Жители на „Столипиново“, в резултат на работата с „Дувар“. По думите на респондентите тези местни имат опит със собствени инициативи и това следва да бъде колаборация с „Дувар“. Достигат до подготовка на музикален конкурс и документален филм за местни занаятчии.

ТАМ, Велико Търново

Историята на пространството с име ТАМ започва с фейсбук група „VT events“ през 2009 г., създадена любителски с цел публикуване на събития във Велико Търново; като основна причина се изтъква трудността да се намират интересни културни събития в града. Идеята за регистрирано сдружение се появява постепенно с все по-посещавани събития, в партньорство с гост преподавателка от Франция. Първото наистина мащабно събитие е фестивал за ромско кино в партньорство със сдружение „Амалипе“. Организаторите са изненадани от успеха и интереса на местната публика към фестивала, но провеждането на събитие с такъв мащаб е много трудоемко, затова през годините по-късно сътрудничеството с „Амалипе“ продължава под формата на празнуване на ромската Нова година, както и други прожекции, посветени на ромите.

Както при всички разгледани други предприемачески обекти, голямата мрежа от контакти от България и чужбина е решаваща. Отбягването на публично предоставяни средства по програми се обяснява с търсенето на устойчивост и самоиздържане, защото: „Това е нов ор-

ган в града. Ако тялото е готово да приеме своя орган – добре, но ако ще карае само на грантове, няма никакъв смисъл“ (Г. П., интервю, 2021 г.). Все пак през особената 2020 г. е спечелено финансиране към две програми – едногодишната програма за развитие на организации на Национален фонд „Култура“; програмата на МК за визуални изкуства; освен това и финансиране и по „Еразъм+“ за интердисциплинарно изследване на „Стария град“, или квартал „Варуша“.

Респондентът подчертава, че ключов момент е да се избягват рисков начинания – за разлика от повечето други респонденти, които включват риска като неизбежен компонент от предприемачеството. Според респондента от ТАМ важни моменти са общността и наличието на гъвкавост при модели на финансиране. „Българите сме добри на спринт, но не ни бива на маратон, а тук не става дума за бърз пробег, а години наред работа“ (Г. П., интервю, 2021 г.). Дава за пример „пробива“ на съвременните театрални проекти в сравнително консервативната област на големите сцени – с навлизането на нови форми и съдържание и приемането им от публиката, и големите сцени започват да се раздвижват, защото виждат, че продуктът може да се продаде. С развитието на нови аудитории и възприемането от тях на нови формати, които се налагат, институциите също започват да възприемат новите форми, защото трябва първо да припознаят финансовата възвръщаемост.

КЪТ/CUT, Велико Търново

КЪТ/CUT е зин, т.е. нишово списание в малък тираж, ориентирано към местната общност във Велико Търново с мисията да дава платформа на хората, които имат какво да кажат, да могат да се изразят. Екипът се състои от три артистки, които специализират в сферата на визуалните изкуства – скулптура, живопис. Идеята за КЪТ се появява преди година с разговор за съществуването на места за култура. Пространството се осмисля абстрактно като платформа със свобода на изразяване, като изборът е то да бъде именно зин, защото няма нужда от физическо пространство. „То е място, което може да пътува на много места и може да се достъпно за всички на всички места“ (Д. М., интервю, 2021 г.). Освен даване на платформа за хора, свързани с изкуството, идеята е да се привлекат граждани на В. Търново, които искат да споделят впечатления и идеи за градската и социалната среда. Комуникацията с хората в първия брой

става с изпращане на серия въпроси на 20 души как са прекарвали изолацията. Хората, свързани с изкуство, получават задача да направят нещо, свързано с личното им пространство, да го изразят със своите средства и похвати. Идеята за КЪТ е намиране на начин за събиране на определени общности и работа с тях с творчески процеси и „да формулираме заедно това, което те искат да изразят“ (Д. М., интервю, 2021 г.). Първоначалната идея е работа на терен в старата част на града и чрез серия работилници да се стигне до резултат, но тогава са наложени органичителните противоепидемични мерки. С лична и приятелска комуникация първият брой по-скоро събира работата с познати; трите артистски живеят по различно време в града, така че всяка има достъп до различни общности. Обмисля се по какъв начин да се случва това в бъдеще, доколко да е отворено и по какъв начин ще тече комуникацията с целевите групи.

Въпрос е дали хората ще са съгласни с контекста, в който са сложени. Заложено е да има доза активизъм, но той е „доста мек“ и няма за цел хората да променят средата, а балансирано и с формите на изкуството, което говори метафорично за нещата и не е „агресивно“, да ги назовава. Целта на КЪТ е да се легитимират идентичностните разкази на хора, на които никога не им се е случвало да публикуват текст. Индиректно се поставя въпросът за ролята на куратора, на филтрирането и представянето на информация и мнения пред „насипното“ изразяване на всеки в онлайн пространството.

Първият брой е финансиран със стипендия от Българския фонд за жените. След първото представяне на зин-а от продажбата на всички бройки са събрани достатъчно средства за следващия брой. Изненада е, че хората са готови да купят и подкрепят такава инициатива, че имат желание да се случва. Представянето е организирано в Клуба на дейците на културата, защото е важна работата със Стария град, и поводът е бил използван да се инициира разговор какво да се направи напред с тази сграда.

“Culture point”, Варна

“Culture point” отваря през септември 2020 г. след дълго обмисляне и събиране на общност чрез фейсбук. Колективът, с който започва мястото (от 4 или 5 души), е част от „Солидарен център Варна“ – самоорганизиран социален център, съществувал в периферията на „стария център“ между 2013 и 2015 г. След затварянето на

„Солидарния център“ част от колектива продължава дейностите си в заведението VegArt, промотиращо здравословен начин на живот и храна, ползвайки го като терен за различни уроци, кръжоци, музикални срещи на непрофесионално занимаващи се хора и пр. Постепенно се избистря отново необходимостта от собствено място. Полага се усилие много от практиките, които са представлявали проблем в „Солидарния център“, да бъдат елиминирани и в продължение на около 2 години принципите на действие и проблемите, които следва да адресира едно ново място, биват обсъждани в група в социална мрежа. Така се стига и до идеята за заплащане на всеки учител (така респондентите наричат участници, които предоставят някакви познания или умения), макар и „със символични суми, за да се остойности приносът му към мястото и да се възнаградят усилията“ (С. Н., интервю, 2020 г.). „Просто това е еволюция от „всичко за мястото“ до това човекът, който се раздава за мястото, да получава – да има някаква реципрочност и самото място да се развива“ (С. Н., интервю, 2020 г.). Регистрирано е сдружение: „...*Солидарният център се доминираше от хора, които бяха против всякакви политики, религии, институции, на анархистичен принцип. Тук формата беше формална, НПО е регистрирано; то е с обществена полза и това е хубаво, защото така можеш да използваш програми*“ (Д.Т., интервю, 2020 г.). Мястото, в което се помещават, е незавършено мазе на комплекса „Морско казино“ на главния вход на Крайморския парк.

Пространството е първоначално замислено като работно място за художници и други артисти и да се създаде артистична среда, за да може не само да се подкрепят хората, които да се занимават с изкуство, но и да има възможност за много по-бързо индивидуално развитие за всеки артист. Дефицитът, който идентифицира колективът, е липса на места за изяви и излагане на творби, което да допринесе за разпознаваемостта и опита на отделния артист, което от своя страна да доведе до поръчки, нови изяви, продажби на продукцията; но и повтаря някои цели на „Солидарния център“ – да изгради общностно пространство, подобно на клуб. „Едно от нещата на това място е да започне да сплотява хората в общностите и те с общи сили и ресурси да почнат да правят общи проекти и да добият повече гласност. Но това е може би дълъг процес“ (Д. Т., интервю, 2020 г.). Пространството е отворено три месеца преди да бъдат наложени отново ограниченията за културни събития. Това, както и други фактори, пов-

ливява на мотивацията на колектива и се е наложило творците от първоначалния състав на колектива да се занимават със собственото си търсене на приходи, от което следва липса на време за странични занимания.

Респондентите посочват някои проблеми в първоначално планирания бизнес модел. Наемането на пространството за лични поводи е допринесло за покриване на разходите, но се усеща неудовлетвореност у респондентите, тъй като това е много далеч от първоначалната му концепция – да бъде споделено работно място, поддържано от ползващите го. Посетителите обаче не го припознават като такова и тази идея постепенно отпада.

Фондация за предприемачество, култура и образование, Варна

ФПКО е сдружение, чиято регистрация е в София, но това, което определи тук да бъде причислено към Варна, е обстоятелството, че действащите лица се намират там и обозримо предстоящите големи проекти също са свързани с града.

ФПКО има за предмет провеждане на обучения, младежки обмени, семинари и др. Организацията е регистрирана в София и темите, с които се занимава, могат да се определят като гравитиращи около проблема за образование чрез култура. Фондацията е регистрирана в началото на 2014 г. и целта е да се организират събития, съчетаващи образователни, научни, културни елементи, както и да развиват идеята за предприемаческа култура. Основните форми за постигането на тези цели са срещи, семинари, обмени, школи. Според интервюто в началото концепцията е била много повече свързана с културни събития и прояви. Според респондентката обаче концепцията да се осъществяват изначално събития, свързани с култура и предприемачество, подпомагани от програми за насърчване на културния сектор, се е оказала несполучлива. Респондентката посочва, че финансите, с които е имала възможност да оперира организацията, не са били удовлетворителни и с този метод на привличане на средства едва се покриват основните пера по един проект (например артистична намеса в градско пространство с участие на актьори, младежи). Хонорарите, които могат да получат артистите, са минимални, като почти не е възможно да се осигурят административни хонорари. Националните и местните програми за

подпомагане на такъв тип дейност са основният източник на средства. Това е причината, поради която организацията профилира приоритетите на проектите си като „образователни“ и се ориентира към кандидатстване по програмата „Еразъм+“. Например важен проект в портфолиото на организацията е състоялата се в рамките на програмата на „Пловдив 2019“ школа по културно предприемачество за младежи, при която чрез лекции, уъркшопи и интерактивни методи са покрити основните насоки както на теоретично, така и на практическо ниво при ориентирането към културните и творческите индустрии. Респондентката посочва промени и неудобства в последния момент от страна на Фондация „Пловдив – Европейска столица на културата 2019“, както впрочем и повечето организатори или творци, които са изпълнявали проект под шапката на програмата.

Респондентката определя 2020 г. като проблемна по отношение на отлагане и невъзможност за осъществяване на пътувания и kick-off срещи в чужбина, но от друга страна, използва няколко пъти и понятието „пробив“ по отношение на придобиването на тежест на фондацията (в контраст с първите години на неуспешно кандидатстване) и очаква реализирането на одобрени и планирани международни обмени. Акцент е проект, който ще се занимава с постсоциалистическото наследство, публичните пространства и демокрацията и предизвикване на дискусия чрез съчетаване на театър, образование, опознаване на градската среда и други.

„Капани и пътеки“ в културните предприемачески инициативи

За обработката на данните използвах кодиране със SWOT анализ с цел да синтезирам теми, разкрити в техните наративи. SWOT структурата е непретенциозен, но полезен подход за идентифициране на теми и подреждането им в силни, слаби страни, възможности и заплахи; групирани чрез тези категории, повтарящи се наративни фрагменти или твърдения дават ключ към убежденията, ценностите, оценката на рисковете, представата за иновациите и степента, до която културните истории са част от културното предприятие (инициатива, събитие, произведения на изкуството, занаятчиество, комуникационен канал и др.).

Тук първата част на модела SWOT може да бъде разгледана като предимствата и дефицитите на развитието и състоянието на ини-

циативата или обекта от страна на водещите агенти (културни оператори, артисти, организатори и пр.) до момента. Втората двойка – възможности и заплахи, могат да се „декодират“ като предстоящи предизвикателства, към които интервюираните са по-скоро позитивни и оптимистично настроени или съответно негативни и определят като рискове. Като силни страни са идентифицирани всички твърдения, които очертават конкретната инициатива или бизнес като такъв с предимства, но и отразяват личното усещане за удовлетвореност от постигнатото досега. Двете най-често споменавани силни страни са: *достъп на инициативата/обекта* и *общност от публики*. „Слабите“ страни се очертават като опит за реалистична самооценка от страна на респондентите и своеобразна самокритика: двата най-често споменавани типа са *зависимостта от външни фактори* и *липсата на достатъчен организационен ресурс*. Двете най-често очертаващи се категории при възможностите/перспективите са *развитие* и *предстоящо разнообразие на дейностите в бъдеще* и *развитието на публиките* (както като брой привлечени хора, така и като конструктивен контакт с публиката). Сред най-застрашаващите рискове или несигурности се очертаваха *ефектите от пандемията* (към пролетта на 2021 г.) и *нестабилността на целевите групи*.

„Капаните“ в предприемаческата инициатива в сферата на културата и изкуствата се откриват в търсенето както на идентичност на предлаганите продукти, така и тази на самите активни индивиди или групи. И тук, като при всяка предприемаческа дейност, основен проблем или „капан“ е избирането на финансов модел, който да бъде достатъчно ефективен, съобразен с правилно преценени рискове, но и адекватен към възможностите и познанията на самите предприемачи. Претоварването от необходимостта да се изпълняват множество и различни като умения функции, присъства почти винаги в наративите както на включените респонденти, така и при други анализирани материали. В същото време респондентите са наясно и със съществуващите „пътеки“, които могат да изведат начинанията им между предизвикателствата и неуспехите – умелото боравене с характеристиките на градското пространство, комуникацията с публиките, сработването на екипите. Ясно се вижда и „бягането“ от капана на тясната специализация – високо се цени и изтъква като добра пътека разнообразието на дейности и продукти. Дигитализацията на продуктите и

каналите за комуникация засега е нещо, което се разглежда едновременно и като „капан“, и като „пътека“ напред.

За финал тук ми се струва подходящ следният цитат от интервюто с финландски артист, който работи с видео, звук, местни наративи и темата за свързаността между индивидите в контекста на различни култури. Той участваше в резиденция „Адата“ към програмата „Пловдив – европейска културна столица 2019“:

„Предполагам, че неолибералната реалност принуждава всеки от нас да бъде предприемач, така че сме изправени пред опасността да загубим артистичния си стремеж. Така че борбата днес е, предполагам, да останеш човек, докато си предприемач; да устоям на дехуманизиращите тенденции на предприемачеството, като същевременно намерим начини да излъжем системата за финансиране на нашите проекти. Това не е идентичност, това е стратегия за оцеляване. От друга страна, възможността да пътуваме, да обменяме и да си сътрудничим, е присъща, жизненонеобходима за всички нас, за да се развиваме. Не разбирам артистите, които се изолират и се оплакват твърде много от връзката си с институциите...“ (А.-П. Л., интервю, 2019 г.).

Вместо заключение

Тъй като изследването продължава да се разгръща, настоящият текст е удачно да завърши не с изводи, а с две насоки на изследователското внимание след получените междинни резултати:

- Какви са взаимовръзките между процеса на изграждане на културните предприемачи (организатори, артисти, оператори и пр.) и изведените предизвикателства, рискове, възможности и променливи на социалните реалности?
- През какви наративни модуси или модели се артикулират и интерпретират разширяването и приобщаването на различни публики, но и на пространства в градския контекст, разбран като сложна структура от елементи на културното наследство, връзки между социални групи, културни и предприемачески практики и политики?

БИБЛИОГРАФИЯ

- Кабакон, И. (2017).** Интегрирано управление на културата. Университетско издателство „Св. Климент Охридски“.
- Berglund, K., Holmgren, C. (2013).** Entrepreneurship education in policy and practice. *International Journal of Entrepreneurial Venturing*, 5(1), 9 – 27.
- du Gay, P. (2007).** *Organizing Identity*. London, Sage.
- Fiske, J. (1990).** *Introduction to Communication Studies (Studies in Culture and Communication)*, Routledge.
- Fortin, P.-A. (2002).** *La culture entrepreneuriale, un antidote à la pauvreté. Les Éditions Transcontinental, Les Éditions de la Fondation de l'entrepreneurship, Montréal.*
- Gehman, J., Soublière, J. F. (2016).** Cultural Entrepreneurship: From Making Culture to Cultural Making, *Innovation*, 19:1, 61 – 73.
- Hall, S., du Gay, P. (1996).** *Questions of Cultural Identity*, SAGE Publ.
- Hansen, K. (2009).** The Definition of culture: An application-oriented overhaul, *Intercultural Journal*, 8 – 35.
- Jones, C., Spicer, A. (2009).** *Unmasking the Entrepreneur*, London, Edward Elgar.
- Naudin, A. (2017).** Cultural Entrepreneurs: Identity and becoming a cultural entrepreneur, *Cultural Entrepreneurship Special Issue in International Journal of Entrepreneurial Venturing (IJEV)*, Vol. 9, No. 3, 209 – 226.
- Scott, S. G., Lane, V. R. (2000).** A stakeholder approach to organizational identity. *Academy of Management Review* 25: 43 – 62.
- Sperber, D. (1996).** *La contagion des idées, Théories naturalistes de la culture*, Paris, Editions Odile Jacob.

MAPPING TRAPS AND TRAILS IN CULTURAL ENTREPRENEURSHIP. CASE STUDIES IN PLOVDIV, VELIKO TARNOVO, VARNA AND SOFIA

Assistant Prof. Dr. Zornitsa Draganova

*Institute of Philosophy and Sociology –
Bulgarian Academy of Sciences*

Abstract: Cultural entrepreneurship is a topic that is evoking more and more interdisciplinary and polyparadigmatic efforts. The introduction and spread of the concept of “creative industries”, the awareness of the need to update both policies and management in the sphere of culture, the increasingly clearly visible need to preserve and socialize movable and immovable cultural heritage through a complex of traditional and modern methods: all these are factors that provoke more research and analysis of problems from the sphere of culture and arts.

Keywords: *cultural entrepreneurship, culture, cultural products, creative industries*

ЗА НАСЛЕДЯВАНЕТО И ПРОМЕНЕТЕ НА ГРАДСКИТЕ ПРОСТРАНСТВА В СОФИЯ ПРЕЗ СРЕДНИТЕ ВЕКОВЕ И ОСМАНСКИЯ ПЕРИОД (Гледната точка на един археолог)

Снежана Горянова

Национален археологически институт с музей – БАН

Резюме: Статията проследява какъв е отпечатъкът в археологическите паметници и в писмените извори на три емблематични за град София явления в почти 20-вековната му история. Първо са минералните извори, които са една от основните причини за формирането на селището на това място. За добрата жизнена среда допринася и непосредствената близост на планината Витоша, която е основен ресурсен център – на вода, на дървен материал, на плодове, на място за разходка и разтуха. За силата и устойчивостта на християнската традиция свидетелства изградената през Късната античност и преживялата до днес църква, посветена на Божията премъдрост – куполната базилика „Света София“, дала и настоящото име на днешната българска столица.

Ключови думи: *град София, Късна античност, Средновековие, османски период, „капани“*

Много скоро след като Учредителното събрание избира София за столица на новоосвободеното българско княжество, градските власти се заемат с модернизирването на града. Те, особено при управлението като кмет на Димитър Петков, се опитват да го преобразят в съвременен европейски град и да го освободят от доста ориенталския му дотогава вид. В стремежа това да се осъществи максимално бързо, голяма част от старите постройки в махалите в централната част са разрушени. Почти никоя от тях не е била заснета преди това, не е направен и точен геодезичен план. Малцина по онова време са оценявали необходимостта от оставянето на описание или заснемане на дотогавашния град. Едни от първите са археолозите. През 1913 г. проф. Б. Филов пише:

Като гледа човек тези прави и широки улици, тези нови и толкова различни една от друга постройки, от които нито една не е по-стара от тридесетина години, кому би минало през ума, че той се намира в един град, който има зад себе си двадесетвековна история и който в продължение на толкова столетия, при разни народи и условия, е играл ролята на първостепенен духовен, административен и търговски център на голяма част от Балканския полуостров?... Останало ли е днес нещо в София, което да ни пренася в онези отдалечени епохи, което да ги оживотворява и да изправя пред нас техния суров, но съдържателен и мощен образ?“ (Филов 1913: 1 – 2).

Подобно съжаление и дори упрек за отношението на следсвобожденското българско общество към историческото наследство изразява и проф. А. Иширков (Иширков 1912: 2).

Почти 140 години работа на терен поколения археолози изследват всяка проява на градския живот на Сердика, Средец, Триадика и София. Историците издирват всяко споменаване на името на града през различни епохи и написаното от различни автори, за да могат да усетят и предадат духа на града.

Всяко селище с дълъг живот има едно или няколко неща, които го задържат на това място. Те са неговите „капани“, в смисъл на емблематични елементи или явления, визитна картичка, част от характеристиката му, съкровищница. За София те са разнообразни, но три сякаш имат най-силна изява. Иде реч за минералната вода, за планината Витоша и за християнската базилика „Света Софѝя“.

Още при създаването след средата на I в. на вероятно свързано с римски военни части селище изборът на място е бил повлиян от наличието на разнообразни минерални извори. През следващите векове поради лечебната им сила са били изградени множество обществени *терми* и бани в богатите частни домове. Като такива при археологическите проучвания са идентифицирани: огромна по мащабите си сграда под и югозападно от днешната църква „Св. Неделя“; сграда на юг от Баня Баши джамия; такава, разположена в близост до северозападната крепостна стена и в близост до северната градска порта; по-ранни постройки под и около ротондата „Св. Георги“; части от сгради под днешните сгради на хотел „Рила“ и бившата сграда на „Кореком“ от източната страна на ул. „Цар Калоян“; останки покрай трасето на съвременния бул. „Княгиня Мария Луиза“ и др. Малко са

постройките, които са еднозначно идентифицирани като обществени бани. Една такава е разположена в непосредствена близост до каптирания минерален извор южно от Баня баши джамия. Сградата, която, изглежда, е била с внушителна площ, никога не е разкривана в цялост, а е проучвана на няколко пъти, обикновено във връзка с някакви строителни и ремонтни дейности. В едно обобщаващо изследване за обществените бани в Сердика на В. Динчев тя е обозначена като баня „Б“ (Динчев 2011: 113 и цит. лит.). При първото ѝ проучване в средата на 60-те години на XX в. е разкрит шахтов каптаж на извора, който има квадратен план, и малка част от други помещения. През първото десетилетие на XXI век са проучени помещения от източния дял на банята (Шалганов, Бояджиев 2010: 350 – 351), а през 2012 и 2015 г. в западния край на сградата (обозначена от проучвателя М. Иванов като сграда А7) – голям полукръгъл басейн с хидрофобна обмазка и част от правоъгълно помещение с подподава отоплителна инсталация – *хипокауст* (Иванов 2011: 292; Иванов, Ноева 2016: 548, обр. 3).

Баня от късноантичната епоха е частично разкрита непосредствено до северозападната крепостна стена на Сердика, в близост до северната порта. Останките са експонирани в сутерена на Централните хали в София. Проучени са неотопляем полукръгъл басейн, част от втори, част от помещение с хипокауст, част от още едно продълговато помещение. Регистрирани са три подови нива. За жалост, няма цялостна публикация за разкритите архитектурни останки и добитите при разкопките артефакти (Шалганов 2015: 43, обр. 47; Динчев 2011: 115, обр. 11 и 12).

Няколко други големи постройки, най-вероятно с обществен характер, са предизвиквали дискусии относно функциите им. Една от най-значимите е сградата под църквата ротонда „Св. Георги“, с размери около 45 x 28 м и застроена площ близо 1 декар. След рекапитулация на аргументите на различни проучватели се утвърждава мнението, че първоначалното ѝ предназначение е на баня, която включва трите основни бански дяла – студен (*frigidarium*), хладък/затоплен (*tepidarium*) и топъл/горещ (*caldarium* + *sudatorium*). Смята се, че към средата на V в. престава да функционира като баня и част от помещенията са включени в композицията на църквата „Св. Георги“ (Динчев 2011: 117, обр. 14 и цит. лит.).

Продължителна е полемиката относно огромната по площ сграда, чиито останки са намерени под южната част на площада „Св.

Неделя“. Тя много дълго представлява сериозна загадка с високите си засводени подземни проходи, с неколкократно промяна на функциите си. Една от основните хипотези за предназначението на сградата, защитавана от С. Бобчев (Бобчев 1984: 3 – 5; Бобчев 1989: 44 – 47) и М. Станчева (Станчева 1997: 7 – 18, 24 – 27) и споделяна и от други изследователи, е, че е построена за резиденция на висш имперски магистрат, т.е. за *преториум* или *президиум*. Други, като архитектите К. Вачева, С. Бояджиев, Г. Тангъров, защитават тезата, че е голяма обществена баня, а според С. Бояджиев тя е от т.нар. императорски тип. Към това становище се придържа и В. Динчев. Той отнася строителството ѝ към средата на II в., като смята, че е запазила банските си функции до края на III в. (Динчев 2011: 102 – 112, обр. 2 – 10). В. Кацарова свързва във функционално отношение разкритата пък в северната част на площада масивна сграда с коментиранията обществена баня в един голям комплекс от търговски помещения, терми, обществена латрина и басейн (Кацарова 2020: 28).

При разкопките в различни райони на главното градско укрепление, както и в северна посока са откривани и редица сгради, за които се предполага, че са имали частен характер, и които са включвали в общата си архитектурна композиция помещения с бански функции (Динчев 2011: 117 – 121; Иванов, Ноева 2016: 548) през различни периоди от съществуването им. При голяма част от тях, така както и при обществените бани, предназначението им с времето, особено през Късната античност, е било променяно и някои са били превърнати в обществени сгради (служебни, църковни) или в стопански и жилищни помещения.

Във всички случаи се забелязва сериозно снижаване на културата на използването на водата и в частност на минералните извори в града в края на античната епоха и периода на Великото преселение. Липсват както археологически, така и сигурни писмени сведения за изграждането и функционирането на бански постройки през Средновековието (от VII до XV в.).

Отново в близост до топлия минерален извор обаче още в ранния период на османското владичество са изградени няколко бани. Една от тези бани (*хамам*), построена през XVI в. и функционирала до началото на XX в., е частично разкрита от К. Шалганов през 2003 г. при археологически разкопки до североизточния ъгъл на Баня Баши джамия (Шалганов 2015: 59 – 60, обр. 66). В този пе-

риод отново минералните бани се превръщат във важна част от търговско-занаятчийския център на София, в обществено пространство с разноетнично население и динамичен градски живот. По-подробно ги описва живелият в София през 1652 – 1653 г. известен османски автор Евлия Челеби. Разказът му е жив и занимателен, поради което прилагам част от него според превода и публикацията на Д. Г. Гаджанов (Гаджанов 1909: 699 – 700):

„Топлата вода в гр. София.

В този град минералната вода се казва „баня“, а пък сърбите я наричат „кюстендже“. В София има пет минерални бани. „Женската“ баня с Божя воля е полезна на жените. Ако мъж се къпи в нея, изпадат му косите и брадата, а пък ако е жена, надебелява и затлъстява. Другата баня е „християнската“, в която се къпят християните. После иде „гръцко-латинската“ баня, в която влизат българите, гръците и латините. Четвъртата баня е „еврейската“, в която другите народности не се къпят, защото ги е гнѣс.

Всяка от тези четири бани има по едно свойство, но не всички са хубави и гиврирени. Водата от басейните им се разлива и тече през Табакханата, дето табациите денонощно щавят кожи. Петата баня се намира тъкмо в центъра на града и има едно голямо кубе с джамлък. Хиляда души може да побере. В средата има басейн и шадраван, а по-навътре едно голямо кубе, дето мъчно може да се разпознаят хората. Около кубето има шест свода, под всеки от които има по един голям кран. През тези кранове водата тече в дебела струя, като из ръкав. Има два халвета, от които единият се казва „Белият халвет“. В единия му кран е изобразена една жаба в знак на това, че човекът, като не е жаба, не трябва да стои много във водата, както прави тя. Този халвет е много светъл и получил името си от това, че е постлан с чист бял мрамор. Другият се казва „Черният халвет“ и е много тъмен. Единият кран се казва „Дигер-курна“ и се намира на лявата страна на големия басейн. На стената срещу този кран има една дупка. Ако някой пъхне пръста си в нея и духне, водата престава да тече от дупката, ако след това махне пръста си пак духне, водата почва отново да тече.

Чудно явление! В средата на това кубе има един десет на десет широк и колкото човешки ръст дълбок басейн, който е пълен догоре с чиста и гореща вода. Околоврът има стълби с по шест стъпала. Животворната вода в басейна тече из лъвски уста и е много горчива. В тази баня бедни и богати са равни. Който има хавлия, не плаща нищо на баняджията, а само дава един пенс на тоя, който му е пазил дрехите, тъй като винаги има голяма навалица от всякакви хора. Който няма хавлия, такава зима от баняджията, намазва се със сапун и плаща две акчета. По някой път през дългите зимни нощи градските аяни се събират 70 – 80 млади и стари приятели и през цялата нощ гуляят в банята, като горят столина камфорени свеци.

Софийски обичаи.

Чревоугодниците в София имат обичай да пълнят чисти стомни с тази банска вода, която пият през зимата, понеже тогава тя става сладка. Водите на всичките минерални бани миришат на сяра или на арсеникова сяра и изменяват цвета на среброто, но не и до такава степен, че да му придават миризма и други подобни качества. Тази вода придава на златото и среброто извънредно голяма лъскавина и ги прави чисти като кристал. Който седем деня наред пие от софийската минерална вода и се къпе в нея, ако има лепра, краста, шуга, цианоза, сърцебиене и алопеция, с Божя воля се излекува от тези болести, също тя е лековита и против диария, плевритните следи, пневмоторакса и очните болести. Който страда от треска, достатъчно е да влезе тук няколко пъти, за да се изцери. Но и за къпането в банята има едно условие. Понеже в София зимата става люта, то който остане дълго време в банята и после излезе в джамлъка и се забави, вместо да се спаси от болест, преселва се в задгробния живот. Затуй именно, щом излезеш от който и да било хамам и особено от тази баня, първото нещо, което трябва да направиш, е веднага да си облечеш ризата, гащите и дрехите.

Друг обичай.

Ако в София умре някой мъж или жена, веднага водосачите на всяка махала, които се поддържат от страна на

вакѫфа, нарамват кобилиците с менците, които се казват „чела“, пълнят ги с тази минерална вода и мият мврелите. Сапунът толкоз много се пени, като че ли се намира човек във Ванското езеро.

Друг обичай.

Във всяка аянска къща има най-малко по пет-десет български и „войнишки“ момичета, които служат. Те се казват „орфана“, т.е. слугини; в другите градове обаче името „орфана“ се дава на курвите. Слугините тук са един вид обожавани робини, ходят с открити лица в чаршията, пазаря и къщата и служат между хората. Тези са способни да извършат акуратно всяка работа. Открай време обичаят тук е бил такъв, обаче ходенето на тези моми нощно време в банята се счита за много срамно.

Банята е построена от мъченически загиналия Худавендигяр Мурад I. Поради тази баня в София има само два хамама. Всеки се къпе в банята безплатно. Според казването на вилаетските аяни, в софийските дворци имало до седемдесет частни хамама.“

В изследването си за София през XVII в. А. Иширков не пропуска и баните, като отбелязва, че според различни сведения през втората половина на XIX в. в града имало според едни четири бани, според други – шест бани. Особено впечатление прави безплатното ползване на баните и голямата грижа за чистотата им и че къпането в минералните бани било обичайно занимание и практикувано редовно (Иширков 1927: 33 – 34).

Питейната вода обаче, както и за част от баните, през всички епохи била довеждана по гравитачен принцип от планината Витоша – второто знаково явление за София. Този факт намира сигурно потвърждение при археологическите разкопки. Във всички проучени обекти се откриват водопроводи от керамични тръби. Регистрираната денивелация показва, че водата по тях е довеждана не от минералния каптаж при днешната Централна минерална баня (сега сграда на Регионалния исторически музей – София), а от южна посока, от Витоша. През античната и късноантичната епоха с тази вода е бил запазен всеки обществен или жилищен комплекс в централната част на града, затова под уличните настилки е била разгърната сложна мрежа от водопрово-

ди (Иванов, Ноева 2016: 547 – 548, обр. 1 и 2). На места освен керамичните тръби за различни връзки са използвани и оловни, тъй като все още хората не са знаели за опасностите за човешкото здраве при използването им. Поддържането и използването на тази развита водоснабдителна мрежа обаче замряло след началните години на VII в., когато животът в Сердика, както и в много още балкански градове значително се променил. В централните зони на днешна София са много трудно доловими следите от обитаването на града през Средновековието. Най-отчетливи са останките от жилища във времето между края на X и първата четвърт на XIII в. И тогава обаче не може да се говори за организирано и качествено водоснабдяване. Най-вероятно са използвани естествените източници на вода, без специално водохващане, както може да се предполага и използването на кладенци, каквито се откриват на доста места, макар според материалите, намерени в тях, функционирането им да се датира през османската епоха (Иванов, Горянова 2011: 456 – 459; Горянова 2013: 410; Горянова 2020: 207, обр. 15). Във времето, когато София става седалище на бейлербея на османската провинция Румели, в града започват да се прилагат мерки за обществено централизирано водоснабдяване. На археологическите обекти на площад „Св. Неделя“ и в метростанцията „Сердика II“ (западно от сградата на ЦУМ) са открити части от доста водопроводни трасета (обр. 1 и 2), устроени в периода между началото на XVI и XIX в.

Те, също както и античните водопроводи, са изградени от керамични тръби: някои – положени направо в пръстта, укрепени със средно големи камъни от двете страни, други – защитени от ниски каменни стенички и кожух от парчета тухли и керемиди, свързани с розов хоросан, трети – в основата със стреховидна облицовка от тънки квадратни тухли, има дори такъв от дървени тръби, свързани с железни обръчи (Горянова 2013: 410; Горянова 2020: 201 – 207, обр. 12).

За това снабдяване на София с планинска вода споменава пътеописателят от Контариновото посолство през 1580 г.: *„тук има баня гореща, хладка и студена, а тия води идат от близките планини; привечер хората се къпят за здраве“* (Иширков 1921: 34). Значителна информация, основаваща се на писмени документи и източници, за изграждането на софийската водоснабдителна система през османския период е обобщил в изследването си С. Пейчев (Пейчев 2018). Според него построяването на първите водопроводи е дело на Яхия паша, който бил високопоставен администратор,

военен командир и везир при управлението на султаните Мехмед Завоевателя (1444 – 1446, 1451 – 1481) и Баязид II (1481 – 1512), комуто бил и зет. Според данъчни регистри от втората половина на XVI в. населението на с. Бояна е било освободено от всички извънредни данъци, за да осигурява поддръжката на водопровода, захранван от един от изворите в селото (Пейчев 20: 182 – 184). През 1716 г. жители на Бояна се оплакват в петиция до Дивана в Истанбул, че са нарушени правата им за освобождаване от някои данъци като компенсация за поддръжката на водопровода на Яхия паша и след проверка на случая великият везир удовлетворил исканията им. Подобен случай имало и 40 години по-късно, като този път към петицията на боянчани се присъединяват софийските граждани и управителят на вакъфа на Яхия паша (Пейчев 20: 186 – 187).

Свежият въздух и вкусната вода не са единственото, което планината Витоша е осигурявала винаги за града, разположен в нейното подножие. Още през Античността и до края на XIX в. витошките дъбови гори са главен източник на строителен материал. Поради влажния и нестабилен терен в близост до централния минерален извор основите на много от къщите били подсигурирани отдолу чрез гъстото набити (обр. 3) вертикални колове – пилоти, подовете и стените били изградени от дебели греди и дъски (обр. 4, 5) (Горянова 2013: 410 – 411, обр. 3; Иванов 2013: 291, Обр. 3; Горянова 2020: 196, 201, обр. 5, 6).

На много от обектите се откриват дървени съдове, прибори (обр. 6) и дори шахматни фигурки (обр. 7), вероятно изработени от местно дърво⁵ (Горянова 2020: 201, обр. 11; Йотов 2020: 223 – 232).

⁵ Палеоботаничните изследвания са направени от доц. д-р Цветана Попова (НАИМ – БАН).



Обр. 1. Работен геодезичен план на обект „Метростанция 8-II“ с нанесени трасета на водопроводи от османския период в североизточния край на обекта. Чертеж: инж. А. Каменаров



Обр. 2. *Керамични водопроводи от османската епоха. Обект в северната част на площад „Св. Неделя“.* Снимка: С. Горянова



Обр. 3. *Дъбови пилоти под основите на късносредновековна постройка. Обект „Метростанция 8-II“, от източната страна на бул. „Княгиня Мария Луиза“ между бул. „Тодор Александров“ и ул. „Пиротска“.* Снимка: С. Горянова



Обр. 4. Дървени греди и дъски от най-ранните постройки на обект „Метростанция 8-II“, (втора половина на I в.) Снимка: С. Горянова



Обр. 5. Масивни дъбови греди от конструкцията на късносредновековно жилище. Обект в северната част на площад „Св. Неделя“. Снимка: С. Горянова



Обр. 6. Дървена паница, лъжица и детайл от уред, *in situ*. Обект в северната част на площад „Св. Неделя“. Снимка: С. Горянова



Обр. 7. Дървени шахматни фигурки от обекта в северната част на площад „Св. Неделя“. Снимка: К. Димитров

Вишневите дръвчета, сливите, лозите, лешниците, растящи по склоновете на Витоша и другите околни планини, са осигурявали разнообразие на трапезата на сердикийските и софийските жители. При разкопките в боклучните ями и сметищата се откриват голямо количество костилки и черупки от споменатите плодове. Климатът и почвите на Софийското поле и на северните витошки склонове не са най-благоприятни за виреенето на много растителни видове. Това вероятно е една от причините, заедно с аристократичната му изтънченост и прекалена претенциозност, за недоволството на византийския ритор Григорий Антиох, който бил принуден да прекара няколко вероятно от студените месеци на военна мисия в Сердика през 1173 г. Макар да ги възприема като „*пленници – набръчкани, спаружени и безцветни на вид*“, е вкусил ябълки, круши, дори смокини и сушено грозде (ГИБИ VII: 264 – 266). Различно отношение виждаме у Евлия Челеби: „*Софийската местност „Куру баглар“ е едно бранище за разходка, в което има разни видове дървета, между които няма ни едно сухо; всички дървета тук са зелени и красиви. Ако пролетно време човек излезе в тези лозя, мозъкът му се упоява от чудесните миризми на разновидните им цветя. Най-много преобладава цветът на вишините, които покриват земята със своите цветни листенца. ... Наблизо се намира местността „Бали ефендево бранище“. То е една гъста гора, през която стрела не прониква, куришум не работи. Тази гора е красива със своите високи до небесата чинари, дъбове, тополи.*“ А когато дълги дни с приятели скитали по витошките поляни: „*Всеки ден във витошките езера ловяхме пъстри риби, които готвехме с прясно масло. ... Между витошките храсте вирее един вид вишина, а пък тукашните ягоди са чудесни. По доловете растат чудни кестени, круши, джагали (джанки, – бел. моя), мушмули и лешници. Ние туряхме късове лед във вишневия ошав и постоянно пиехме от него*“ (Гаджанов 1909: 701 – 702, 704). Ето каква е оценката му за Витоша като място за отмора и възстановяване на силите: „*В околностите на София има до двадесет и едно място за разходка. Местността „Кору баглар“, която се намира между Витоша и София, е една от най-прочутите местности в турските, арабските и персийските земи...*“ (Гаджанов 1909: 701).

Третото емблематично явление има друг характер и през вековете се превръща в „гения на града“, както го нарича проф. Богдан Филев (Филев 1913: 2) – кръстокуполната базилика „Света

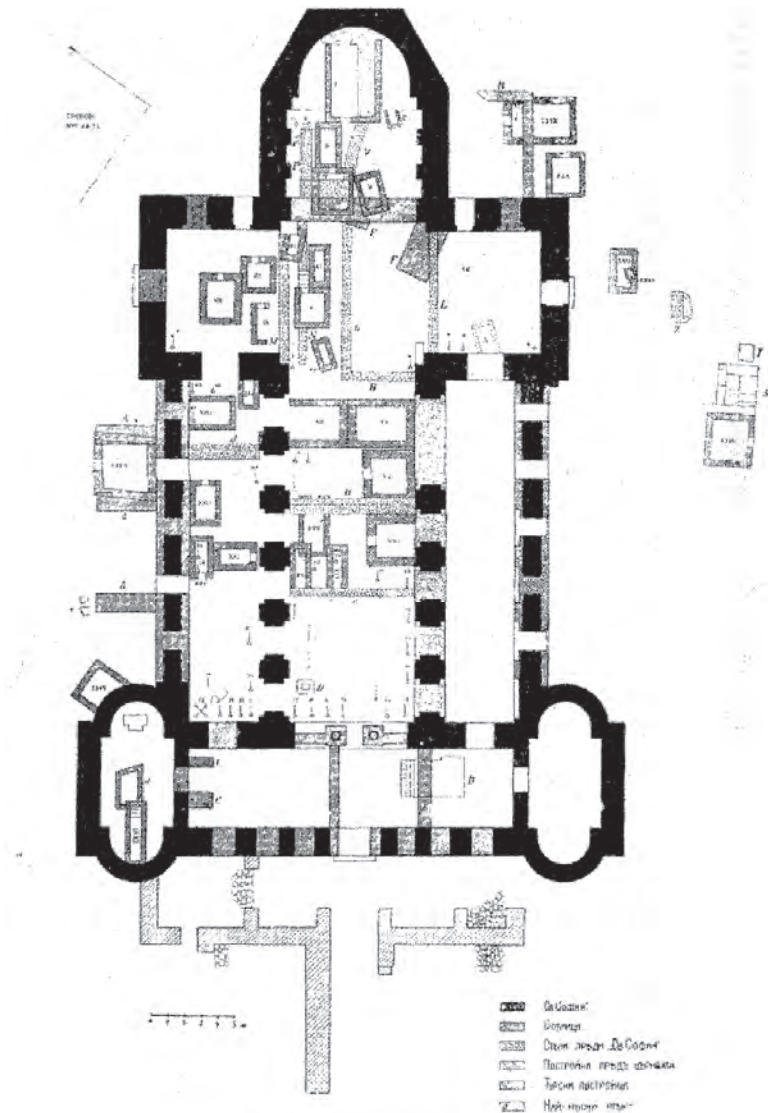
София“. Тя е една от четирите сгради, изградени преди средата на XIX в., които оцеляват в целостта си до днес, заедно с ротондата „Св. Георги“, сградата на Бююк джамия (днес – Национален археологически музей) и Баня Баши джамия. „С пълно право можем да кажем, че историята на „Св. София“ е в голяма степен история и на самия град София“, пише Б. Филов.

В настоящия си план и обем храмът е продукт на Късната античност, като наследява по-ранни, значително по-малки и с гробнични функции църкви. Този храм обаче през вековете се превръща в символ на значимостта на Сердика и на София като християнски център. Първите археологически разкопки в базиликата са направени от Вацлав Добруски през 1893 г. (Добруски 1896: 398 – 442). Цялостно археологическо проучване е осъществено под ръководството на Б. Филов между 1910 и 1912 г., а резултатите са публикувани през следващата 1913 г. Още по онова време църквата, която най-вероятно е дала съвременното име на града, става обект на научни спорове, много от които продължават да се водят над 130 години (за историята на проучванията и на научните спорове виж: Динчев 2014; Fingarova 2011; Бояджиев и др. 2009). Една от най-сериозните дискусии касае определянето на времето на построяването на църквата в познатия ни вид. Най-много са аргументите за построяването ѝ в периода V – VI в. сл. Хр. и това мнение се застъпва от най-голям брой изследователи. Има две значително различаващи се от тази тези. Още преди археологическото проучване на базата на съпоставителен анализ на архитектурните форми с други паметници А. Протич (Протич 1911) отнася изграждането ѝ към периода на византийското владичество над България (XI – XII в.), позиция, която е отхвърлена още тогава. В последно време Г. Фингарова се опита да даде обосновка за поставяне на началното изграждане на базиликата в периода между 730 и 811 г. на базата на паралели на плана, на общата конструкция и техники на строителство с други храмове и основно със „Св. Ирина“ в Константинопол (Иstanbul) (Fingarova 2018). Тезата ѝ е оспорвана от немалко специалисти (Динчев 2018; Ivanov 2012; Ivanov 2018; Rizos 2013). Многобройните археологически проучвания и в съвременната епоха дълбоко под пода на сградата във всички случаи доказват, че базиликата е била построена преди включването на Сердика в пределите на средновековната българска държава и най-вероятно това се е случило през късноантичната епоха.

Изключително сложно е да се говори за това какво се е случвало с християнския храм през езическото време в пределите на българското ханство и след покръстването на българите. Едва ли може да се мисли, че „Св. София“ е била сред съборните църкви, построени по поръка на княза покръстител Борис-Михаил. Изключително предпазливо е предположението на Б. Филов, който подробно описва всички забелязани, немалко на брой поправки и промени по стените, вратите и прозорците, че те може да се били осъществени в края на IX в. след приемането на християнството. С времето на византийското владичество над София (1018 – 1194) той свързва надписа на гръцки език с благопожелания към патриарха високо в арката на южното отделение на трансепта (Филов 1913: 27, 147). Може би по това време са направени и някои стенописни украси. При проучването в началото на XX в. бледи остатъци от такива обаче има само в западната ниша в северния дял на трансепта. Състоянието на фреската вече е било такова, че не е имало възможност дори за хипотетично датиране (Филов 1913: ил. 19). Много важно свидетелство за функционирането на храма са откритите и проучени гробове, в които според гробния инвентар – тъкани от дрехи и накити – са били погребвани някои от заможните граждани на Средец през XIII – XIV в. (Филов 1913: 88 – 95, 147, таблица IX; Иванов 1911). Интересно е, че гробовете са разположени на много места в наоса, в страничните кораби и дори в двете отделения на трансепта (обр. 8).

Средновековните автори, ангажирани главно с военни проблеми, не отделят на църквата особено внимание в обичайната християнска среда въпреки масивността на постройката. Тези две обстоятелства предизвикват размисли за това в какъв обем се е използвала базиликата – дали в своята цялост, или за литургични нужди е била отредена някаква част (може би дълбоката апсида), а останалите площи във вътрешността на сградата са имали вече гробнични функции. След Освобождението южният кораб на базиликата е бил устроен за известно време като енорийска църква, тъй като в другите части е имало значителни повреди.

На различни преустройства от късната античност до Освобождението сериозно внимание отделя арх. С. Бояджиев (Бояджиев и др. 2009: 9 – 45) и ги коментира в детайли. Трябва да се има предвид обаче, че тези проучвания са правени значително време след намесите при възстановяването на базиликата през второто десетилетие на XX в.



IX. Исторически план на „Св. София“

Обр. 8. План на базиликата „Св. София“ с обозначаване на разположението на средновековните гробове във вътрешността на сградата. По Филов, 1913, таблица IX

В епохата на османското владичество всички, които посещават София, са впечатлени от църквата „Света Софѝя“. Макар превърната в мюсюлмански храм в началото на XVI в., известен като Сияуш/Сиавуш паша джамия, тя става символ на славното християнско минало, на съхранената вяра. Името ѝ и легендите за създаването на града именно в този период започват да се персонифицират с митични личности (главно жени, царски дъщери, съпруги, майки) с името Софѝя, които намерили лечение и спокойствие при минералните извори. Заради своето спасение те не само основали града, но построили и голямата църква. Идеята за значимостта и силата на храма толкова дълбоко навлязла в съзнанието на жителите на средновековния български Средец, че името му пребъдва в новото име на града София.

БИБЛИОГРАФИЯ

- Бояджиев, С., Динова-Русева, В.-Н., Бакалов, Г., Младенова, М. (2009).** *Раннохристиянски храм „Св. Софѝя“ – Премъдрост божия.* София: Университетско издателство „Св. Климент Охридски“. ISBN: 978-954-07-2660-1.
- Гаджанов, Д. Г. (1909).** Пътуване на Евлия Челеби из българските земи през средата на XVII век. *Периодическо списание на Българското книжовно дружество в София*, LXX, 639 – 724. Пловдив: печатница Хр. Г. Данов.
- Гръцки извори за българската история, том VII. (1968). София: БАН.
- Горянова, С. (2013).** Обект „Метростанция 8-II“, София, Археологическо проучване на останки от периода VII – XX век. – В: М. Гюрова и др. (ред.). *Археологически открития и разкопки през 2012 г.* (410 – 412). София: НАИМ – БАН. ISSN: 1313-0889.
- Горянова, С. (2020).** За къщите на средновековния Средец и за една софийска улица през XV – XIX в. – Във: В. Кацарова, К. Петкова (ред.). *Археологическото наследство на площад „Света Неделя“ / Каталогизация, том XX* (191 – 211). София: НАИМ – БАН. ISSN: 2367-8860; ISBN: 978-954-9472-97-4.
- Динчев, В. (2011).** Обществените бани на Serdica. – В: С. Станев, В. Григоров, В. Димитров (състав.). *Изследвания в чест на Стефан Бояджиев* (101 – 124). София: НАИМ – БАН. ISBN: 978-954-9472-11-0.

- Динчев, В. (2014).** „Св. София“ и Сердика. София. София: Craft House Bulgaria. ISBN: 978-954-92223-6-4.
- Динчев, В. (2018).** Сердикийската „Св. София“. По въпросите за датата и причините за появата ѝ. – *Сердика – Средец – София, том VII/Международна научна конференция „Базиликата „Св. София“ на прехода между езичество и християнство“*, София, 11 – 13 март 2014 г. (74 – 101). София: Издателство „Фабер“.
- Добруски, В. (1896).** Материали по археологията на България. *Сборник за народни умотворения, наука и книжнина*, XIII, 398 – 442. София: Министерство на народното просвещение, Държавна печатница.
- Иванов, Й. (1911).** Старобългарски и византийски пръстени. *Известия на Българското археологическо дружество*, II, 1 – 14. София: БАД, Държавна печатница.
- Иванов, М. (2013).** Археологическо проучване на обект „Метростанция 8-II“, сектор „Изток“, гр. София. – В: М. Гюрова и др. (ред.). *Археологически открития и разкопки през 2012 г.* (290 – 292). София: НАИМ – БАН. ISSN: 1313-0889.
- Иванов, М., Горянова, С. (2011).** „Метростанция 8-II“, гр. София, бул. „Мария Луиза“. – В: М. Гюрова и др. (ред.). *Археологически открития и разкопки през 2010 г.* (456 – 459). София: НАИМ – БАН. ISSN: 1313-0889.
- Иванов, М., Ноева, В. (2016).** Археологическо наблюдение и спасително проучване при реализацията на проект „Античен културно-комуникационен комплекс Сердика“. – В: А. Аладжов и др. (ред.). *Археологически открития и разкопки през 2015 г.* (546 – 549). София: НАИМ – БАН. ISSN: 1313-0889.
- Иширков, А. (1912).** *Град София през XVII век.* /Материали за историята на София, кн. III. София: Царска придворна печатница.
- Йотов, Ц. (2020).** Дървени фигурки за шах от късносредновековна София. – Във: В. Кацарова, К. Петкова (ред.). *Археологическото наследство на площад „Света Неделя“ /Каталози, том XX* (223 – 238). София: НАИМ – БАН. ISSN: 2367-8860; ISBN: 978-954-9472-97-4.
- Кацарова, В. (2020).** Античната сграда под северната половина на площад „Св. Неделя“, гр. София. – Във: В. Кацарова, К. Петкова (ред.). *Археологическото наследство на площад „Света Неде-*

- ля“/Каталози, том XX (17 – 41). София: НАИМ – БАН. ISSN: 2367-8860; ISBN: 978-954-9472-97-4.
- Пейчев, С. (2018).** Водоснабдителната система на османска София през ранния модерен период. *Годишник на Историческия факултет на Великотърновския университет „Св. св. Кирил и Методий“*, година II (XXXIV), бр. 1/Изследвания в чест на 60-годишнината на професор доктор Красимира Мутафова (179 – 189). Велико Търново: УИ „Св. св. Кирил и Методий“. ISSN: 2603-3534.
- Протич, А. (1912).** *Архитектоническата форма на софийската църква „Св. София“*. Художествено-историческо изследване/ Материали за историята на София, книжка II. София: Царска придворна печатница.
- Филов, Б. (1913).** *Софийската църква „Св. София“*/Материали за историята на София, кн. IV. София: Царска придворна печатница.
- Шалганов, К., Бояджиев, Г. (2010).** Спасителни проучвания на територията на АР „Сердика – Средец“ – обект: „Трасе на топлофикационен колектор и канал за отпадни води“ – южно от Баян Баши джамия и северозападно от ЦУМ. – В: Д. Гергова и др. (ред.). *Археологически открития и разкопки през 2009 г.* (350 – 351). София: НАИМ – БАН. ISSN: 1313-0889.
- Шалганов, К. (2015).** *Археологическите останки в София. Пътеводител*. София: Издателство за териториално устройство и строителство 98 ЕООД. ISBN: 978-954-91061-0-7.
- Fingarova (2011).** G. Fingarova, The original structure of Saint Sophia in Sofia. – Serdica – Sredets – Sofia, Vol. VII / International scientific conference The Basilica of St. Sophia during the transition from paganism to Christianity, Sofia, March 11 – 13, 2014 (33 – 52). София/Sofia: Изд. „Фабер“. ISBN: 978-619-00-0762-3.
- Fingarova, G. (2011).** *Die Baugeschichte der Sophienkirche in Sofia*. Wiesbaden: Reichert Verlag. ISBN 978-3-89500-784-2.
- Ivanov, M. (2012).** G. Fingarova, Die Baugeschichte der Sophienkirche in Sofia. Reichert Verlag, Wiesbaden, 2011, 209 S., 191 Tafeln. *Archaeologia Bulgarica*, XVI, No 3, 95 – 103 (Review).
- Ivanov, M. (2018).** Function, chronology and urban feature of the early Christian cult architecture in Serdica. – Serdica – Sredets – Sofia, Vol. VII / International scientific conference The Basilica of St. Sophia during the transition from paganism to Christianity, Sofia,

March 11 – 13, 2014 (102 – 128). София/Sofia: Изд. „Фабер“. ISBN: 978-619-00-0762-3.

Rizos, E. (2013). *Galina FINGAROVA, Die Bauge schichteder Sophienkirchein Sofia. Wiesbaden: Reichert Verlag 2011, 209 S., 199 Tafelnmit 350 Abb.* – Göttinger Forum für Altertum swissenschaft 16 (2013) 1011 – 1019. Последно посещение на 1.11.2021 г. на <http://gfa.gbv.de/dr,gfa,016,2013,r,04.pdf> и на <https://journals.ub.uni-heidelberg.de/index.php/gfa/article/view/74395/68087>

ABOUT THE SUCCESSION AND CHANGES OF THE URBAN SPACES IN SOFIA IN THE MIDDLE AGES AND THE OTTOMAN PERIOD (an archaeologist’s perspective)

Snezhana Goryanova

*National Archaeological Institute with Museum –
Bulgarian Academy of Sciences*

Abstract: The paper traces the imprint in the archaeological monuments and in the written sources of three phenomena emblematic of the city of Sofia in its almost 20-century history. First are the mineral springs, which are one of the main reasons for the formation of the settlement in this place. The close proximity of the Vitosha mountain, which is a major resource center – of water, timber, fruit, a place to walk and relax – also contributes to a good living environment. The strength and stability of the Christian tradition is evidenced by the church dedicated to God’s wisdom built in Late Antiquity and which has survived to this day – the domed basilica “Saint Sophia”, which also gave the current name of the present-day Bulgarian capital.

Keywords: *city of Sofia, Late Antiquity, The middle ages, Ottoman period, “traps”*

НЯКОЛКО БЕЛЕЖКИ ЗА ПЛОВДИВСКИТЕ ЦЪРКВИ В ОСМАНСКИЯ ПЕРИОД

проф. д.и.н. Димо Чешмеджиев

Пловдивски университет „Паисий Хилендарски“

Резюме: Въпросът за пловдивските църкви в османския период е много интересен и дискуссионен в историографията. В статията се обръща внимание на идентификацията на църквата „Св. Параскева/Петка“, около която има най-много проблеми. За да се идентифицира тази много важна църква в Пловдив в османския период, се използват главно сведенията на различни европейски пътешественици, които минават през Пловдив (осм. Филибе). Това са единствените извори, доколкото липсват домашни източници както български, така и гръцки.

Изследват се и някои възрожденски легенди, според които локализацията на църквата „Св. Параскева/Петка“ е под Джумая джамия в Пловдив. Разглежда се въпросът за наличието на църковна сграда под Джумая джамия (XV в.). Категорично се опровергават импровизациите на тема „превръщане на джамия в църква“ и постройка на джамии по плана на църква (sic!), както и идеите за вграждане на Христови монограми (хризми) по стените на джамията. Използвани са сведения, получени при последния голям ремонт на джамията, когато са извършени и археологически проучвания. Изказва се мнение, че легендите за превръщането на евентуалната църква „Св. Параскева/Петка“ в джамия възникват на базата на името на Джумая джамия – „Петъчна“ джамия.

Ключови думи: *църква, св. Петка, Джумая джамия, апостол Павел, легенди*

Въпросът за пловдивските църкви в османския период е много интересен и дискуссионен в историографията. Особено много спорове има около църквата, посветена на св. Петка в града. Аз вече съм се занимавал с този проблем¹, но тук се връщам на него, доколкото в научното и в публичното пространство продължават да циркулират странни твърдения, пък и в последно време изворовата и историографската база в някои отношения се обогатиха значително.

¹ Чешмеджиев 2004: 380 – 384; Чешмеджиев 2009/1: 520 – 531.

Както е добре известно, св. Петка е най-популярната българска и балканска светица, чийто култ в много отношения се доближава до Богородичния.² По тази причина идентификацията на средновековната църква „Св. Параскева“ („Св. Петка“) в Пловдив придобива важно значение, подобно на други църкви, посветени на същата светица по българските земи.³

Обикновено за идентификацията на църквата „Св. Петка“ в Пловдив в съвременната историография се използват пътеписи на различни пътешественици, минали през града. На първо място – това е пътеписът на прочутия немски пътешественик Стефан Герлах, който минал през Пловдив през юни 1578 г. Стефан Герлах изброява осем **действащи** църкви:

1. „Св. Марина“; 2. „Пресветая“⁴; 3. „Св. Константин“; 4. „Св. Георги“; 5. „Св. Спас“ („Възнесение Христово“); 6. „Св. Никола“; 7. „Св. Архангел Михаил“; 8. „Св. Димитър“ (според превода на М. Йонов)⁵ Между тях няма църква с името „Св. Параскева/Петка“. Тези осем църкви очевидно са били действащи, доколкото след това С. Герлах споменава, че към тях се числели само трима свещеници заедно с митрополита и те служели ту в едната, ту в другата, а най-често в главната или в тази, на която се чества патронен празник.⁶

По-долу в текста Стефан Герлах описва още две филипополски църкви. Едната е разположена в подножието на т. нар. от него трети хълм, или Джамбаз тепе:

„На третия хълм се намира една стара гръцка черква, на която са изписани св. Елевтерий и други светици, а отвътре също – една цяла гръцка процесия или обхождане. На нея първият носи на главата си хляба, завит в кърпа, а пред него вървят двама с восъчни свеци; двама други носят две кръгли плоски табли, четвъртият – един потир, покрит с

² Mesnil, Popova 1993: 752; Valtchinova 2000: 96. За култа на св. Параскева/Петка вж. общо Bakalova 1978; Вълчинова 1999; Чешмеджиев 2007: 275 – 285; Чешмеджиев 2009: 73 – 81.

³ Вж. напр. Чешмеджиев 2007/1: 499 – 512.

⁴ Иречек 1884: 109, поправка правилно на „Панагия“ („Св. Богородица“).

⁵ Стефан Герлах 1979: 340 – 341. Според превода на М. Киселинчева в: Стефан Герлах 1976: 258 – 259, църквите са следните: 1. „Св. Марина“; 2. „Святая светих“; 3. „Св. Константин“; 4. „Св. Георги“; 5. „Исус Христос“; 6. „Св. Никола“; 7. „Св. Архангел Михаил“; 8. „Св. Димитър“.

⁶ Стефан Герлах 1976: 259.

*кърпа; петият носи кадило Долу под този хълм е митрополитската или главната черква.*⁷

Втората църква Стефан Герлах разполага под втория от седемте хълма на Пловдив:

*„Под този втория хълм има една много стара гръцка черквица, в която се виждат няколко изображения с издраскани лица, а също и един престол, но с развалена горна част и устои ...*⁸

Тази църква очевидно също не е била действаща, доколкото престолът е бил развален. Тя трябва да се търси в подножието на Таксим тепе, който се идентифицира като „втория“ хълм у Стефан Герлах.⁹

Още К. Иречек, разглеждайки текста на Стефан Герлах¹⁰, идентифицира църквата под третия хълм, т. е. под Джамбаз тепе, като „Св. Параскева“. Смушаващи са само думите му, че през XIX в. развалините още били показвани.¹¹ Авторите след К. Иречек обаче нареждат църквата „Св. Петка“ между действащите у Стефан Герлах. Така прави по неясни причини напр. почти легендарният в Пловдив гръцки автор М. Апостолидис. Изброявайки, общо взето, коректно църквите, изведенъж при петата от тях, която в текста е наречена „Св. Спас“ или с други думи е била посветена на Възнесение Христово, той я нарича „На Животворния извор, спомената по-горе, без да се уточнява името, под „хълма на Акробата“ (Джамбаз тепе – б. м., Д. Ч). След това добавя, че тази църква е била „Св. Параскева“. Тя, продължава авторът, е посветена на апостол Павел и в нея, на грамаден камък в центъра ѝ, апостол Павел е проповядвал Евангелието.¹²

⁷ Стефан Герлах 1979: 258 – 259; срв. Иречек 1899: 196; Рудолф-Хиле, Рудолф 1934: 386, 418, бел. 25; Николова2001: 167.

⁸ Стефан Герлах 1979: 340.

⁹ Иречек 1899: 124.

¹⁰ Иречек 1884: 109 – 110, изброява коректно следните църкви: 1. „Св. Марина“; 2. „Пресветия“; 3. „Св. Константин“; 4. „Св. Георги“; 5. „Св. Спас“; 6. „Св. Никола“; 7. „Св. Архангел Михаил“; 8. „Св. Димитър“. Съвременните автори, които цитират С. Герлах точно, са: Грозданова, Андреев 1986: 53; Воуков, Кіровска 2000: 119.

¹¹ Иречек 1899: 139.

¹² Апостолидис 1959 (книгата ми остана недостъпна, цитирам по машинописен превод на И. Комнев, който се пази в Държавния архив – Пловдив).

Подобно нещо твърди и пловдивският историк А. Пижев, който изброява от името на Стефан Герлах следните действащи църкви в Пловдив: 1. „Св. Марина“, 2. „Св. Богородица“, 3. „Св. Константин и Елена“, 4. „Св. Петка“, 5. „Св. Никола“, 6. „Св. Димитър“, 7. „Св. Архангели“, 8. „Св. Георги“.¹³

Други пловдивски автори – И. Джамбов, Ж. Танкова и Х. Джамбов, отиват още по-далеч и изброяват от името на Стефан Герлах дори девет църкви, а не осем: 1. „Св. Богородица“, 2. „Св. Георги“, 3. „Св. Св. Константин и Елена“, 4. „Св. Димитър“, 5. „Св. Петка“ в подножието на Джамбаз тепе, 6. „Св. Петка“ под Джумая джамия, 7. „Св. Никола“, 8. „Св. Архангели“, 9. „Св. Марина“.¹⁴

При разглеждането на въпроса за идентификацията на църквата „Св. Параскева/Петка“ в историографията са привлечени и сведенията на други пътешественици. М. Апостолидис използва сведенията на англичанина Джон Бърбъри, който през 1664 г. минал през Пловдив. Гръцкият автор обаче използва извора крайно некоректно и му вменява информация, която не съществува и по същество е интерпретация на самия Апостолидис. Както се вижда, той идентифицира свързаната с проповедите на апостол Павел църква на един от хълмовете със „Св. Параскева“.¹⁵ Джон Бърбъри обаче говори само за църква, посветена на св. ап. Павел, и нищо повече:

„Освен другите неща във Филипополис ни показаха на един хълм малка църква, посветена на св. Павел. Тя е забележителна с това, че само на три левги оттук, в села и градове са разпръснати много хиляди Paulini.“¹⁶

По същия начин М. Апостолидис разглежда и сведенията на Паул Тафернер (1665). Той не цитира коректно текста, а предлага своята интерпретация, като идентифицира описаната от Тафернер църква, отново свързана с проповедите на апостол Павел, със „Св. Параскева“.¹⁷ Иначе в самия текст на пътешественика подобно нещо липсва:

„По-личните хора и на първо място началниците на войската обитават само къщите на хълма (тепето), където е кре-

¹³ Пижев 1995: 134.

¹⁴ Джамбов, Танкова, Джамбов 2001: 38.

¹⁵ Апостолидис 1959: 339 – 340.

¹⁶ Джон Бърбъри 1987: 151 – 152; срв. Непресъхващи извори 1975: 236.

¹⁷ Апостолидис 1959: 339 – 340.

*постта. Там се издига и малка черквица, построена на хълма до градските стени. Тя е изписана с много надписи на гръцки език върху бели и цветни мраморни плочи. От местните жители християни тя е посветена на апостола на народите Павел. По форма тя е кръгообразна, а диаметърът ѝ стига шест крачки. Без прозорци е, но в нея се виждат икони, а по стените – следи от заличени стенописи. По средата на храма се издига голям камък. От него, както мълвата говори, божественният Павел е проповядвал страстно Божия закон на филипяните.*¹⁸

Ако се следва текстът, тази църква е била посветена по-скоро на апостол Павел, отколкото на св. Параскева/Петка.

А. Пижев, който върви по Апостолидис, добавя и други подобни сведения. Той се опитва да използва пътеписа на Пол Рико, който минава през Пловдив през същата 1665 г.¹⁹ Текстът обаче е прекалено общ и не позволява такива категорични изводи:

„От античността няма нищо останало освен развалините на два древни параклиса, построени от тухли във формата на кръст, единият е на голяма почит сред гърците, които казват, че на това място Св. Павел проповядвал често на жителите, поради което те често, особено в празнични дни, идват тук да се молят.“²⁰

Единственото, което може да се извлече от този текст, е за знаменития параклис, който свързвали с апостол Павел. За посвещението на втория не се казва нищо.

Същото се отнася и за твърдението на А. Пижев, че сведения за църквата „Св. Петка“ дават арменските пътешественици Хугас Инджеджиян (XVIII в.) и Минас Пъжъшкян (XIX в.). Там сведения за църква „Св. Петка“ също не съществуват. Хугас Инджеджиян казва:

„Във Филибе видяхме много пазари, гостоприемници, бани и джамии. Освен гръцките църкви има и два кръстообразни, зидани с камък параклиса, в единия от които според

¹⁸ Паул Тафернер 1986: 105 – 106.

¹⁹ Пижев 1995: 136.

²⁰ Пол Рико 1988: 174.

преданията, разказани ни от местните жители – християни, е проповядвал апостол Св. Павел. ^{“21}

Сведението у Минас Пъжъшкян е подобно. Според него Филибе е:

„Старовремски знаменит град, пълен със стари постройки, разположени край царския път. Има красиви и обширни пазарища, гостоприемници, бани, джамии и църкви. Известна е църквата на тракийския митрополит. ... Тук има два кръстообразни каменни храма. Жителите на града ни казваха, че в единия от тях бил проповядвал апостол Павел. ^{“22}

Както се вижда, и двамата наистина говорят за два кръстообразни, зидани с камък параклиса, но свързват по идентичен начин единия с проповедите на апостол Павел, а за другия не казват нищо. А. Пижев вероятно се е подвел по предположението на издателя на пътеписа – А. Орманджиян, който в бележките произволно идентифицира със сигурност двете църкви със „Св. Петка“ и „Св. Марина“ – в първия случай, или „Св. Петка“ и „Св. св. Константин и Елена“ – във втория. ²³

За църквата, в която бил проповядвал апостол Павел, споменават още няколко пътешественици от XVII и XVIII в., също толкова неопределено. Хронологически най-ранен между тях е Георг Христоф фон Найчиц (1631 – 1634):

„Филипол е един твърде стар град, прославен главно с това, че е построен от бащата на Александър Велики – Филип. ... На ъгъла или на върха на една от споменатите височини в този град се намира една твърде стара и съвсем малка черквица, горе със заоблен свод и иззидана отвън и отвътре с камъни и украсена със стари изображения. Казват, че в нея трябва да е служел литургия апостол Павел. ^{“24}

Малко по-подробен, но също така неконкретен е Конрад Якоб Хилтебранд (1657 – 1658), който разгледал две църкви в Пловдив:

²¹ Арменски пътеписи 1984: 73, срв. бел. 70 на с. 118.

²² Арменски пътеписи 1984: 185 – 186, бел. 127 на с. 194.

²³ Арменски пътеписи 1984: 118; 185 – 186, бел. 127 на с. 194.

²⁴ Георг Христоф фон Найчиц 1986: 71.

„Аз попаднах на един немски ренегат, който беше зидар. Той ми показа една стара гръцка черква, в която апостол Павел трябва да е проповядвал. ... Той дойде с мене и в една друга гръцка черква, в която не видях нищо забележително, освен нарисувани икони.“²⁵

Малко по-късният Йохан Кемпелен, който идва в Пловдив вече през XVIII в. (1740), се съмнява в историята с проповедта на апостол Павел:

„В града има 12 черкви. Те не заслужават особено внимание, освен църквата „Св. Димитър“ ... В града има и друга черквица, която заслужава да бъде спомената заради трите гръцки надписа, които са издълбани на бял мрамор и са поставени на стените ѝ... . Впрочем, ако към тази черквичка се постави въпрос от друга гледна точка, тя предлага колкото любопитство, толкова и съмнения. В средата ѝ се вижда висок три стъпки четвъртит камък, за който общото мнение твърди, че от него апостол Павел е проповядвал евангелието на филипяните. Наистина, убедих се колко много грешни простият народ в това, тъй като този велик апостол никога не е идвал по тези места, нито в този град...“²⁶

Единственият пътешественик, който идентифицира с точност църквата „Св. Параскева/Петка“, е италианецът Луиджи Фердинандо Марсили (1680 г.), който, парадоксално, почти не е използван в историографията по този въпрос:

„Градът Филипополис следователно е разположен на чудесно място... и има седем хълма от естествен камък или кремък. ... Три от тези хълмове имат имена; най-високият, този на Сарая, е наречен така по останките на един дворец; другият се назовава по часовника. Третият е наречен на гимнастиците, тъй като по неговия свод минават до равнината с въже. Под това тепе има една стара гръцка църква и ми казаха, че е посветена на св. Венеранда.“²⁷

²⁵ Конрад Якоб Хилтебранд 1986: 82.

²⁶ Йохан Кемпелен 1986: 312 – 313.

²⁷ Луиджи Марсили 1986: 169.

Св. Венеранда („Санта Венеранда“) е латинското име на св. Параскева/Петка.²⁸ Това сведение добре потвърждава идентификацията на Иречек, който не е познавал пътеписа на Луиджи Марсили. Църквата според пътеписа се е намирала под Джамбаз тепе, където се намира и днешната църква „Св. Параскева/Петка“, известна сега като „Старата Св. Петка“²⁹, за разлика от новата, построена след Освобождението (1888 г.).

За старата „Св. Параскева“ поп Константин през 1819 г. казва, че тя е „малка, каменна, с кубе“, и дава текста на няколко римски надписа, които са били зазидани в стените ѝ.³⁰ През първата половина на XIX в. църквата се споменава и от известния руски учен В. Григорович, който я поставя между седемте действащи в града църкви.³¹ За нея споменава и Константин Д. Моравенов, който я описва като „малка черковка кевгирена, с печени тухли, направена по стара архитектурническа направа“. Особено важна е информацията, че в двора на тази църква са закопавали махленските мъртъвци, т. е. тя е била гробищна, а също, че в нея ставал събор на първия петък след Великден, когато се събирали хора от околните села и цял ден се веселели. До 1845 г. в църквата е служил поп българин на български. Любопитно, но малко вероятно е съобщението му, че в един период църквата е станала ставропигия.³² Подобно нещо е известно и на М. Апостолидис.³³ Според известния пловдивски писател Н. Алваджиев в по-ново време празникът на църквата е бил на 8 август стар стил (26 юли нов стил), т.е. в деня на св. Петка Римска.³⁴

Изключително важно е, че тази църква била известна и като „Св. Богородица Живоприемен източник“³⁵, което явно се дължи на

²⁸ Пътеписът на Луиджи Фердинандо Марсили като извор за археологически сведения е използван от Димитров 1947: 32. Той отбелязва една плоча с гръцки надпис, съобщен от Марсили, намерена в град Philipropolis, „вън от храма на Св. Богородица“, докато в самия текст на Марсили се казва: „Incivitate Philipropolis extratemplum S. Venerandae“, което означава, че надписът е намерен до църквата „Св. Петка“.

²⁹ Вж. подробно за построяването на тази църква по времето на митрополит Хрисант от Лесбос, Трифонова 2016: 55, с още литература.

³⁰ Иконом Константин 1935: 193; срв. Непресъхващи извори 1975: 258.

³¹ Григорович 1877: 139.

³² Моравенов 1930, с. 121; срв. Моравенов 1984: 158.

³³ Апостолидис 1959: 311.

³⁴ Алваджиев 2000: 42.

³⁵ Апостолидис 1959: 311; Пижев 1995: 136; Трифонова 2016: 52.

намиращия се до нея кладенец, който бил известен като аязмо против треска. Затова там имало и болница.³⁶ Според запазен надвратешната страна на вратата надпис църквата е била възстановена през 1836 г.³⁷

Идентификацията на църквата, направена от К. Иречек и подкрепена от сведението на Луиджи Марсили, се потвърждава и от факта, че достигналата до нас възрожденска църква „Св. Параскева/Петка“ в източната си част, заедно с апсидата, лежи върху останките на средновековен храм, на който е запазена цялата източна страна, с долната част от основата на апсидата му. Високо във външното лице на сегашната църква се вижда вграден фрагмент от мраморна плоча с изображение на релефен кръст, очевидно от по-старата църква.³⁸

Разглеждайки въпроса за църквите, посветени на св. Петка в Пловдив, веднага трябва да припомним, че в града до края на XIX в. са съществували предания сред местното турско и гръцко население, че най-старите джамии в града – Джумая джамия и Имарет джамия, са построени на мястото на средновековни църкви. Първи тези предания е публикувал през 1867 г. Любен Каравелов, според когото Джумая джамия била църква с име „Св. Петка“, а Имарет джамия се е казвала „Успение на Пресвета Богородица“:

„В града се намират 13 черкови, от които пет са български, шест са гръцки, една павликянска и една еврейска синагога. Почти всички черкови са нови или обновени в последните двадесет и пет години. От турските джамии са забележителни Джумаята (Св. Петка), която едно време е била черкова, и Имарет джамиси, т. е. джамията на Св. Мария, която така също едно време е била черкова под име „Успение на Св. Богородица“. Зданията на тия две джамии са стари, исторически и замечателни в архитектурно отношение, но старовремната живопис е заплескана извънредно с вар, над която са изписани няколко изречения из коранът с жълта боя. Единствените древности, които носят християнски характер, са един

³⁶ Моравенов 1930: 159.

³⁷ Пижев 1995: 136; вж. превод на надписа у Трифонова 2016: 54: „Този свят храм на св. Параскева се основа с разходите на общността на Филипопол, според синодалния им сигилий през 1836“.

³⁸ Пижев 1995: 139.

*железен кръг, една стара и почерняла от времето икона и такова едно нещо, което има голямо сходство със свински бут. Тия неща висят над вратата на Имарет Джамиси и накарват светът да разказва за тях различни легенди.*³⁹

Според друга легенда, разказана от Константин Д. Моравенов, преди идването на турците на площада пред днешната Джумая джамия, тогавашна катедрална църква „Св. Петка“, ставал събор на първия петък след Великден. След падането на Пловдив под османска власт съборът се изместил пред църквата „Св. Параскева/Петка“ под Джамбаз тепе, която църква преди това била нещо като параклис на катедралната.⁴⁰

На базата на тези легенди се правят опити за проследяване на историята на тази джамия, като се приема за безспорно, че тя преди това е била църква, посветена на св. Петка. Старият пловдивски изследовател Хр. Кесяков напр. приема безусловно, че по времето на цар Иван-Александър пловдивска катедрална църква е била „Св. Петка“, посветена на българската народна светица и закрилница, която се е издигала на мегдана, на сегашния площад „Джумаята“. При завземането на града турците разрушили църквата и на нейно място издигнали Джумая джамия.⁴¹

Други автори на основата на „както гласи легендата“, без да споменават каква е тази легенда, приемат, че църквата „Св. Петка“ била издигната още по времето на Иван Асен II, а по-късно Иван-Александър само я „уголемява и обогатява“.⁴² После била превърната в джамия, която била разрушена по време на междуособиците при Баязидовите синове и от нея останали само зидовете. През 1435 г. била възстановена от султан Мурад.⁴³

Според А. Пижев, църквата е била превърната в джамия още през 1364 г., след това тази първа джамия е била съборена и на нейно място издигната днешната джамия, която е била построена по

³⁹ Каравелов 1966: 442. Според цитирана от Алваджиев 2000, 42 – 44, легенда църквата „Св. Петка“ е построена от цар Иван Асен II и уголемена и обогатена от Иван-Александър, срв. Джамбов, Алваджиев, Терзийски 1972: 41 – 42. Легендата очевидно е чисто белетристична.

⁴⁰ Моравенов 1930: 122.

⁴¹ Кесяков 1932: 5.

⁴² Алваджиев 2000: 39 – 53.

⁴³ Джамбов, Алваджиев 1972: 41 – 42.

времето на султан Мурад II (1421 – 1451) и затова била наричана и „Мурадие“.⁴⁴ Авторът отбелязва, че джамията има план на трико-рабна базилика, защото ранната османска архитектура била под силното влияние на византийското и балканското строителство. На тази база той вече предполага, че църквата „Св. Параскева“ е имала същия базиликален план, което е напълно хипотетично.⁴⁵

Допълнителна обосновка за доказване на данните в тези легенди Пижев прави на базата на керамопластичната украса на джамията. Между орнаментите на стените той е открил няколко (според него пет), за които твърди, че са Христови монограми (хризми). Според автора тези несъвместими с мюсюлманската религия знаци са се появили на стените на джамията като спомен за това, че джамията някога е била църква. Църквата е била посветена на св. Петка, защото:

„... в православната традиция често срещано явление е използването на храмовете, посветени на тази преподобна светица, за тържествена служба в петъчните дни около големия християнски празник Възкресение Христово (Великден), по-точно на Разпети петък през Страстната седмица преди Великден и на Светли петък, деня на Животворящия източник на Св. Богородица през Светлата седмица след Великден. Явно не е било случайно преобръщането на този „петъчен православен храм в главен – петъчен мюсюлмански“.

Понеже паралели на въпросните „хризми“ той е открил в Костур, Македония (дн. Кастория, Гърция), то изводът е, че българските майстори, строили джамията, са от този град.⁴⁶

Не знам какво означава „петъчен православен храм“, но ще отбележа, че по принцип тези орнаменти са много интересни, независимо дали са хризми, или не,⁴⁷ и заслужават внимание.⁴⁸ Идеята

⁴⁴ Вж. за тази джамия Рудолф-Хиле, Рудолф 1934: 388 – 389; Татарлъ 1966: 579, 582, 605, 608; Бойков 2012: 47 – 52; Миков 2018: 7 – 11.

⁴⁵ Пижев 1995: 134. Вж. по този въпрос Джантай 2008: 31; Сечкин 2008: 46 – 47; Турхан 2008: 76; Миков 2018: 11 – с паралели на архитектурата на Джумая джамия в различни райони на Османската империя.

⁴⁶ Пижев 2001: 300 – 302.

⁴⁷ Вж. Приложение № 1. Идеята, че на външната стена на джамия, построена през средата на XV в., може да има хризми, е абсурдна.

⁴⁸ Подобни орнаменти наистина се срещат често в керамопластичната украса на някои костурски църкви, вж. Приложение № 2.

на автора, че е била построена петъчна джамия, защото преди това там имало църква „Св. Петка“, е абсурдна, тъй като постройката на мюсюлмански молитвени домове очевидно се подчинява на законите на мюсюлманската религия и богослужение, а не на християнските традиции. Независимо дали майсторите са били българи, или не, при постройката на джамия са се съблюдавали правилата на ислямското култово строителство, а не на християнското.⁴⁹

Сега да видим откъде могат да идват легендите за това, че под Джумая джамия е имало църква „Св. Петка“. Преданието за това, че Джумая джамия е бивша църква „Св. Петка“, може да идва от названието, доколкото „джумая“ означава „петъчна“ джамия, т.е. голяма джамия, в която се служи в петък.⁵⁰ Тази е и вероятната причина да възникне легендата и за „Хисар джами“ („Фируз бей джами“) в Търново, която археологическите разкопки не потвърждават.⁵¹

Причините за появата на идентификацията на Джумая джамия с църквата „Св. Петка“ могат да бъдат търсени и в друга посока. Както стана ясно по-горе, има легенда, че преди идването на турците на площада пред днешната Джумая джамия ставал събор на първия петък след Великден, или на т. нар. Светли петък. След това съборът се изместил пред църквата „Св. Петка“ под Джамбаз тепе, която преди това била нещо като параклис на катедралната.⁵² Към тази твърде важна информация можем да прибавим и сведението, че църквата „Св. Петка“ под Джамбаз тепе била известна и като „Св. Богородица Живоприемен източник“.⁵³

Както е добре известно, „Св. Богородица Живоприемен източник“ или „Св. Богородица Живоносен източник“ е голям константинополски Богородичен празник, учреден за честване на обновлението на едноименния храм, намиращ се в района Пигос – „Св. Богородица при Извора“. В османския период районът е наречен Балъкль и оттук често храмът се нарича „Св. Богородица Балакль“

⁴⁹ За превръщането на църкви в джамии на Балканския полуостров вж. обобщаващото изследване на Андрејевић 1976: 99 – 117.

⁵⁰ Рудолф-Хиле, Рудолф 1934: 389; Стамов, Ангелова, Коларова, Чанева-Дечевска 1972: 164.

⁵¹ Георгиева 1967: 29, 31; Генова 2000: 203 – 222; Чешмеджиев 2007/1: 499 – 512.

⁵² Моравенов 1930: 122.

⁵³ Апостолидис 1959: 311; Пижев 1995: 136.

или „Св. Богородица Рибна“.⁵⁴ Той е построен при чудотворен извор и което е особено важно – в голямо християнско гробище, където през османския период са погребвали цариградските патриарси.⁵⁵ Този празник е свързан с подвижния цикъл и се празнува на Светли (Бели) петък, т. е. на първия петък след Великден.

Каква е връзката на този празник със св. Параскева/Петка? Както е известно, в християнския календар има няколко празника на св. Параскева/Петка, тъй като има няколко светици с това име. Обикновено народът не ги различава. В народния календар се празнуват два от тях – летен и зимен Петковден.⁵⁶ Според К. Иречек зимният винаги е фиксиран на 14/27 октомври⁵⁷, докато летният може да варира.⁵⁸ Той се празнува както на 26 юли – деня на св. Параскева Римлянка, така и през някой друг петък от периода около Великден – в петък преди Петдесетница, много рядко – на Разпети петък⁵⁹, но най-често – на Светли (Бели) петък – първия след Великден.⁶⁰ Затова в цветния триод за Светли петък пасхалната служба се съединява със службата на Св. Богородица Живоприемен източник.⁶¹ Именно от този празник на Светли петък се е получила връзката на култа на св. Параскева/Петка с този на Св. Богородица.⁶² Този извод се подкрепя много

⁵⁴ За църквата „Св. Богородица при извора“, твърде почитана от константинополското население, където веднъж в годината императорът оглавявал специална процесия, на Възнесение, както свидетелства Константин VII Багрянородни. Този обичай е засвидетелстван вече в началото на X в., вж. Ebersolt 1910: 187; Ebersolt 1951: 61 – 66; Медаковић 1963: 203 – 210, с литература.

⁵⁵ Архидякон Павел Алепский 1896: 32. За празника вж. Дебольский 1901: 205 – 206; Чифлянов 1978: 2 – 3; Медаковић 1963: 203 – 210.

⁵⁶ Попов 1991: 142; Караджова 2002: 29.

⁵⁷ Известни са случаи като този от манастира „Св. Петка Мулдавска“, до с. Мулдава, Асеновградско, при които по-голям празник става не на „официалната“ дата на храма, в случая 14 октомври, а на Светли петък. Сведението дължа на Мина Христемова, уредник в Историческия музей в Асеновград, на която благодаря сърдечно.

⁵⁸ Иречек 1898: 238.

⁵⁹ Попов 1991: 142 сл.; Вълчинова 1999: 91.

⁶⁰ Една от причините за това добре личи в едно доста ранно сведение на Пол Рико (XVII в.), който съобщава, че в Гръцката (Източната) църква се почита паметта на мъртвите в петък преди започване на коледните пости, на Велики петък и петъка преди Петдесетница, вж. Пол Рико 1988: 244.

⁶¹ Бакалова 2005: 215.

⁶² За връзката на двата култа във фолклора вж. Попов 1991: 140.

добре от съществуващия в района на Странджа, а и на други места празник „Св. Петка Балъклия“ или наречен още „Рибна Св. Петка“, който се празнува на петия ден след Великден или на т.нар. Светъл петък.⁶³ В Асеновград, в църквата „Св. Богородица Благовещение“, наречена „Св. Богородица Рибна“ (преди – „Св. Богородица Балъклийска“)⁶⁴, се съхранява икона „Св. Богородица Живоносен извор“. Всяка година на Светли петък тя се носи с литийно шествие до близкия параклис „Св. Петка“. Там се извършва служба и после иконата се връща обратно, като се прави водосвет в намиращото се там аязмо.⁶⁵ Такива сведения има и за други места от Южна България, но най-често – от Странджа, напр. от с. Голямо Буково, Бургаско⁶⁶, Каланджа (дн. Синеморец), Бургаско⁶⁷, и пр.⁶⁸

Така че, ако трябва да се търси църква под Джумая джамия, тя трябва да е Богородична, а не посветена на св. Параскева/Петка.⁶⁹ Тук, разбира се, трябва да се припомни, че на около 100 м над Джумая джамия има Богородична църква („Свето Успение Богородично“). Сегашната постройка е от епохата на Възраждането, но очевидно е съществувала и по-рано – споменава се през целия османски период. Църквата със сигурност е предосманска, иначе няма как да е

⁶³ Mesnil, Popova 1993: 749; Вълчинова 1999: 91.

⁶⁴ Гашилов 2005: 58 – 59.

⁶⁵ Баева 2001: 62.

⁶⁶ Мутафов 1999: 19.

⁶⁷ Нейкова 2002: 68.

⁶⁸ Интересно е, че според етнографски наблюдения селяните от Странджа смятали, че денят на тяхната св. Петка е именно Светли петък, докато 14 октомври е „лопски“, църковен празник. Него те също почитали, но като селскостопански, вж. Мутафов 1999: 18.

⁶⁹ Джантай 2008: 30, който изтъква, че няма случаи, когато здрави църковни сгради да са били събаряни и да са построени джамии на тяхно място, а те са били превръщани направо в джамии, за което има многобройни примери. Още повече че е „видно и ясно, че останките при пристроената допълнително западна част са част от Римския театър“. Очевидно „Римският театър“ тук е „Римският стадион“, но това може да бъде и грешка в превода, който в цялото издание е доста странен. Срв. Турхан 2008: 75. Виж и резултатите от геотехническото изследване от В и К – Пловдив, при реставрацията на джамията у Джелеп, Инджеджик 2008: 108 – 109; Бойков 2012: 48. Липсата на основи на сграда под основите на Джумая джамия се потвърди устно от доц. д-р Иво Топалилов, дългогодишен археолог в Археологическия музей в Пловдив.

построена на по-високо място от джамията. Обикновено османците не допускат да има християнски храм, разположен на по-високо и видно място от джамия, още повече от „Улу“, „Главна джамия“, каквато е Джумая джамия. Вероятно към момента на построяване на джамията църквата е била по-малка или значително по-ниска и джамията е доминирала. В същото време вероятно тя е била и действаша, което е попречило да бъде превърната в джамия, и за мюсюлманския храм е било намерено друго, по-подходящо място.⁷⁰

От друга страна, ако допуснем, че под Джумая джамия е имало църква „Св. Параскева/Петка, то тогава следва да се обяснят причините за построяването на две църкви толкова близо една до друга.

Ако приемем, че споменатият в легендите събор на днешния площад „Джумаята“ наистина е бил провеждан на Светли петък, той е бил свързан с намиращата се там Богородична църква, а не с някаква хипотетична църква „Св. Петка“. На този празник се е правело литийно шествие до църквата „Св. Параскева/Петка“. След построяването на Джумая джамия от султан Мурад II този събор очевидно не е могъл да продължава да се провежда на това място и е бил пренесен при църквата „Св. Параскева/Петка“ под Джамбаз тепе.

БИБЛИОГРАФИЯ

- Bakalova 1978:** Bakalova E. La Vie de Sainte Parascève de Tirnovo dans l'art balkanique du Bas Moyen âge, Byzantinobulgarica. V, 1978.
- Boykov, Kiprovskа 2000:** Boykov G., M. Kiprovskа. The Ottoman Philippopolis (Filibe) during the Sekond Half of the 15th c.. – Bulgarian Historical Review, 2000, N 3 – 4.
- Ebersolt 1950:** Ebersolt, J. Constantinople (Recueil d'études, d'archéologie et d'histoire). Paris, 1951.

⁷⁰ Миков 2018: 16 – 17, обръща внимание на неравния терен, на който е издигната джамията, с голям наклон на югозапад и още по-голям – на северозапад, като отбелязва, че не е ясен мотивът за избор на точно това място. При решаването на този въпрос очевидно трябва да се излезе от всякакви хипотези за „съобразяване“ със съществуващи църковни сгради, а да се търсят чисто градоустройствени причини. Около Джумая джамия се формира първоначалното османско ядро на града, вж. Кийл 2017: 818; Бойков 2012: 42 – 43, с литература.

- Ebersolt 1910:** Ebersolt J. LeGrand Palais de Constantinople et le Livredes Cérémonies, Paris, 1910.
- Mesnil, Popova 1993:** Mesnil, M., A. Popova. Démone et chrétienne: Sainte Vendredi. – Revue des Etudes Slaves, LXV/4, 1993.
- Valtchinova 2000:** Valtchinova G. „Visages nationaux“ du culte de sainte Parascève/Petka d’Ēpivatos: une approche historico-antropologique. – Etudes balkaniques. 2000. V. 2.
- Алваджиев 2000:** Алваджиев, Н. Старинни черкви в Пловдив. Пловдив, 2000.
- Андрејевић 1976:** Андрејевић, А. Претварање црква у цамије. – Зборник за ликовне уметности. Т. 12, 1976, 99 – 117.
- Апостолидис 1959:** Апостолидис, М. История на град Филипопол от най-дълбока древност до наши дни. Атина, 1959.
- Арменски пътеписи 1984:** Арменски пътеписи за Балканите (XVII – XIX в.). Съст., превод от древноарменски и коментар. А. Орманджиян. С., 1984.
- Архидякон Павел Алепский:** Архидякон Павел Алепский. Путешествие антиохийского патриарха Макария в Россию в половине XVII века. – Чтения в императорском обществе историю и древности Российских при Московском университете. 1896, кн. 4.
- Баева 2001:** Баева, В. Разкази за чудеса (Локална традиция и личен опит). С., 2001.
- Бакалова 2005:** Бакалова, Е. Рилската чудотворна икона-реликварий, Константинопол и Мара Бранкович. – В: България и Сърбия в контекста на византийската цивилизация. С., 2005 (Бакалова, Е. Култът към реликвите и чудотворните икони. Традиции и съвременност. С., 2016).
- Бойков 2012:** Бойков, Г. „Османизацията“ на Пловдив (Филибе) през XV в. – население, градоустройство и архитектура. – Годишник на Регионалния исторически музей в Пловдив за 2012 г., 39 – 67.
- Вълчинова 1999:** Вълчинова, Г. Знеполски похвали. Локална религия и идентичност в Западна България. С., 1999.
- Гашилов 2005:** Гашилов, И. Църковното строителство в Асеновград. Родопи, 1 – 2, 2005.
- Генова 2000:** Генова, З. Джамията на Фируз-бег. В: Нешева, В. Богоспасният Цариград Търнов, Дворцовият площад на Царевец и църквата на Света Параскева (Петка) Търновска. С., 2000.

- Георг Кристоф фон Найчиц 1986:** Георг Кристоф фон Найчиц (1631 – 1634). – В: Немски и австрийски пътеписи за Балканите XVII – средата на XIX в. (увод, подбор и коментар: М. Йонов). С., 1986 (Пътеписи за Балканите, № 6).
- Георгиева 1967:** Георгиева, С. Нови данни за църквата „Св. Петка“ и за джамията на Царевец във Велико Търново. – Археология, 1967, кн. 2.
- Григорович 1877:** Григорович, В. Очерк путешествия по Европейской Турции. Москва, 1877.
- Грозданова, Андреев 1986:** Грозданова, Е., С. Андреев. Българите през XVI век. По документи от наши и чужди архиви. С., 1986.
- Дебольский 1901:** Дебольский, Г. Дни богослужения православной церкви. Т. 2. СПб., 1901.
- Джамбов, Танкова, Джамбов 2001:** Джамбов, И., Ж. Танкова, Х. Джамбов. Средновековният Пловдив и приносът му в културно-историческото наследство на Византия и България. – Във: Византийското културно наследство и Балканите. Пловдив, 2001.
- Джамбов, Алваджиев, Терзийски 1972:** Джамбов, Х., Н. Алваджиев, И. Терзийски. Паметта на един град. Пловдив, 1972.
- Джантай 2008:** Джантай, Г. Кюллюието Хюдавендигяр в историческата топография на Пловдив. – В: Международна конференция „Джумая джамия“ в Пловдив, 7.06.2008. Пловдив, 2008, 29 – 33.
- Джелеп, Инджеджик 2008:** Джелеп, З., М. Инджеджик. Изследване на реакцията на структурата на джамията Мурадийе при земетресения. – В: Международна конференция „Джумая джамия“ в Пловдив, 7.06.2008. Пловдив, 2008, 107 – 111.
- Джон Бърбъри 1987:** Джон Бърбъри. Разказ за пътешествието на достопочтения милорд Хенри Хауърд от Лондон до Виена и Константинопол. – В: Английски пътеписи за Балканите (края на XVI – 30-те год. на XIX в.). Увод, съставителство и коментар: М. Н. Тодорова. С., 1987.
- Димитров 1947:** Димитров, Д. П. Археологическите изследвания на граф Луиджи Марсили за българските земи в края на XVII век. – Годишник на СУ – Историко-филологически факултет. Т. XLIII, 1946 – 1947. С., 1947.
- Иконом Константин 1935:** Иконом Константин. Наръчник за Пловдивската епархия или нейното описание съчинено от преподобния и многограмотен господин Константин иконом, свещеник Плов-

- дивски. – Известия на Българското географско дружество. Кн. 3, 1935.
- Иречек 1899:** Иречек, К. Княжество България. Ч. 2 – Пътувания по България. Пловдив, 1899.
- Иречек 1884:** Иречек, К. Стари пътешествия по България от 15 – 18 столетия. – Периодично списание на БКД, 1884, кн. VII.
- Иречек 1898:** Иречек, К. Християнският елемент в топографическата номенклатура на Балканските страни. Периодическо списание на БКД, 1898, кн. 55 – 56.
- Йохан Кемпелен 1979:** Йохан Кемпелен. – В: Немски и австрийски пътеписи за Балканите (XV – XVI в.). Увод, подбор и коментар: М. Йонов. С., 1979 (Пътеписи за Балканите, № 3).
- Каравелов 1966:** Каравелов, Л. Записки за България и българите. Събрани съчинения в девет тома. Т. 4. С., 1966.
- Караджова 2002:** Караджова, Д. За Св. Параскева (Петка) и някои въпроси около култа. ГСУ – Център за славяно-византийски проучвания „Проф. Иван Дуйчев“. Т. 92 (11), 2002.
- Кесяков 1932:** Кесяков, Х. Пловдивските черкови в миналото. – Пловдивски общински вестник, бр. 108, 29 апр. 1932.
- Кийл 2017:** Кийл, М. България под османска власт. Събрани съчинения. Съст. М. Баръмова, Г. Бойков, М. Кипровска. С., 2017.
- Конрад Якоб Хилтебрант 1979:** Конрад Якоб Хилтебрант (1657 – 1658). – В: Немски и австрийски пътеписи за Балканите (XV – XVI в.). Увод, подбор и коментар: М. Йонов. С. 1979 (Пътеписи за Балканите, № 3).
- Луиджи Марсили 1979:** Луиджи Марсили (1680). – В: Немски и австрийски пътеписи за Балканите (XV – XVI в.). Увод, подбор и коментар М. Йонов. С. 1979 (Пътеписи за Балканите, № 3).
- Медаковић 1963:** Медаковић, Д. Богородица „Живоносни источник“ у српској уметности. Зборник радова САН/ЛХ. Византолошки институт. Књ. 5, Београд, 1963.
- Миков, Л. 2018:** Джумая джамия и Имарет джамия в Пловдив (История, специфика и съвременно състояние). С.
- Моравенов 1984:** Моравенов, К. Д. Паметник на пловдивското християнско население в града и за общите заведения по произносно предание (Подарен на Българското читалище в Цариград 1869 (Разчитане, съст., превод, бележки и коментар: В. Тилева, З. Нонева). Пловдив, 1984.

- Моравенов 1930:** Моравенов, К. Д. Паметник за Пловдивското християнско население в града и за общы-ты заведения по произносно предание. Пловдив, 1930.
- Мутафов 1999:** Мутафов, В. Няколко паметника на култа към Света Петка Търновска и проблемът за формирането му. – Известия на Историческия музей – Велико Търново. Т. XIV, 1999.
- Нейкова 2002:** Нейкова, Р. Аязми и „поверия“. – Български фолклор, 2002, кн. 2.
- Непресъхващи извори 1975:** Непресъхващи извори. Документални материали из историята на Пловдив и Пловдивско (Издирила, подбрала и редактирала: К. Възвъзова-Каратеодорова). Пловдив, 1975.
- Николова 2001:** Николова, Б. Православните църкви през Българското средновековие (IX – XIV в.). С., 2001.
- Паул Тафернер 1986:** Паул Тафернер. – В: Немски и австрийски пътеписи за Балканите XVII – средата на XIX в. (Увод, подбор и коментар: М. Йонов). С., 1986 (Пътеписи за Балканите, № 6).
- Пижев 2001:** Пижев, А. Изображения на Христов монограм (хризма) в средновековни архитектурни паметници в Пловдив. – Във: Византийското културно наследство и Балканите. Пловдив, 2001.
- Пижев 1995:** Пижев, А. Църковното строителство в Пловдив през Средновековието. – Известия на музеите в Южна България. Т. XXI, 1995.
- Пол Рико 1988:** Пол Рико. Сегашното състояние на Османската империя и на гръцката църква (XVII век). Подбор, превод от английски, предговор и бележки: М. Киселинчева, С., 1988.
- Попов 1991:** Попов, Р. Светци-близнаци в българския народен календар. С., 1991.
- Рудолф-Хиле, Рудолф 1934:** Рудолф-Хиле, Г., О. Рудолф. Град Пловдив и неговите сгради. – Известия на българския археологически институт. Т. 8, 1934.
- Сечкин 2008:** Сечкин, С. Мястото на Пловдивската джамия Хюдавендигяр в османската архитектура. – В: Международна конференция „Джумая джамия“ в Пловдив, 7.06.2008. Пловдив, 2008, 43 – 47.
- Стамов, Ангелова, Коларова, Чанева-Дечевска 1972:** Стамов, С., Р. Ангелова, В. Коларова, Н. Чанева-Дечевска. Архитектурното наследство на България. С., 1972.

- Стефан Герлах 1976:** Стефан Герлах. Дневник на едно пътуване до Османската порта в Цариград. (Подбор, превод, увод и коментар: М. Киселинчева, предговор и ред.: Б. Цветкова) С., 1976.
- Стефан Герлах 1979:** Стефан Герлах. – В: Немски и австрийски пътеписи за Балканите (XV – XVI в.), 340. Увод, подбор и коментар: М. Йонов. С. 1979 (Пътеписи за Балканите, № 3).
- Татарлъ 1966:** Татарлъ, И. Турски култови сгради и надписи в България – I част. ГСУ – Факултет западни филологии. Т. LX, 1966.
- Трифонова 2016:** Трифонова, А. Гръцки надписи от църквата „Св. Параскева“ („Св. Петка Стара“, „Живоносен източник“) в Пловдив. – Проблеми на изкуството. 3, 2016, 52 – 58.
- Турхан 2008:** Турхан, Х. Джамята Мурат Първи Хюдавендигяр в Пловдив и принципи на реставрацията. В: Международна конференция „Джумая джамия“ в Пловдив, 7.06.2008. Пловдив, 2008, 74 – 91.
- Чешмеджиев 2007:** Чешмеджиев, Д. Бележки за култа на Св. Параскева-Петка у българите и сърбите през XIII – XIV в. В: Манастир Бањска и доба краља Милутина (Зборник са научног скупа одржаног од 22. до 24 децембра 2005. године у Косовској Митровици). Ниш – Косовска Митровица – Манастир Бањска, 2007, 275 – 285.
- Чешмеджиев 2009:** Чешмеджиев, Д. Бележки за култа на св. Петка в Българското средновековие. – В: Историк със съдба на творец и преподавател. Сборник в чест на 60-годишнината на проф. д.и.н. Людмил Спасов. В. Търново, 2009, 73 – 81.
- Чешмеджиев 2004:** Чешмеджиев, Д. Църквата „Св. Петка“ в Пловдив. – В: По следите на българската книга (Описи. Находки. Библиология). Сборник, посветен на 100 год. от рождението на д-р Маньо Стоянов. Пловдив, 2004, 380 – 384.
- Чешмеджиев 2009/1:** Чешмеджиев, Д. Старата църква „Св. Петка“ в Пловдив в сведенията на пътешествениците. – В: Пътуванията в средновековна България. Шумен – В. Търново, 2009, 520 – 531.
- Чешмеджиев 2007/1:** Чешмеджиев, Д. Църквата с мощите на св. Петка в Търново. – В: Търновска книжовна школа. Т. 8 (Св. Евтимий, патриарх Търновски и неговата духовна мисия в Европа. В. Търново, 2007, 499 – 512.
- Чифлянов 1978:** Чифлянов, Б. Живоносният източник. – Църковен вестник, 28 апр. 1978, бр. 14.



Снимка 1



Снимка 2



Снимка 3



Снимка 4



Снимка 5



Снимка 6



Снимка 7



Снимка 8



Снимка 9



Снимка 10

** Автор на снимките 1 – 10 е Димо Чешмеджиев*

A FEW NOTES ON THE CHURCHES OF PLOVDIV IN THE OTTOMAN PERIOD

Assoc. Prof. Dr. Dimo Chesmedzhiev

“Paisii Hilendarski” University of Plovdiv

Abstract: The issue of Plovdiv churches during the Ottoman period is very interesting and a debatable one in historiography. The article draws attention to the identification of the church “St. Paraskeva/Petka”, around which there are the most

problems. In order to identify this very important church in Plovdiv during the Ottoman period, the reports of various European travelers who passed through Plovdiv (in ottoman “Filibe”) are mainly used. These are the only sources, inasmuch as domestic sources, both Bulgarian and Greek, are missing.

Some revival legends are also being investigated, according to which the location of the church “St. Paraskeva/Petka” is under the Dzhumaya mosque in Plovdiv. The issue of the presence of a church building under the Dzhumaya mosque (XV century) is considered. The improvisations on the topic of “turning a mosque into a church” and building mosques according to the plan of a church (sic!) are categorically refuted, as well as the ideas of embedding Christ's monograms (chrisms) on the walls of the mosque. Information obtained during the last major renovation of the mosque, when archaeological research was also carried out, is used. Opinions are expressed that the legends about the conversion of the eventual church “St. Paraskeva/Petka” in a mosque arise based on the name of Dzhumaya mosque – “Friday” mosque.

Keywords: *church, St. Petka, Dzhumaya mosque, apostle Paul, legends*

РЕКЛАМАТА НА СТОКИ И УСЛУГИ В ПЛОВДИВ В ГОДИНИТЕ СЛЕД ОСВОБОЖДЕНИЕТО

гл. ас. д-р Борислава Петкова

Пловдивски университет „Паисий Хилендарски“

Резюме: Текстът се фокусира върху рекламните материали, отпечатани в следосвободенския печат на Пловдив, като се извежда връзката с рекламните от възрожденския печат в опит да се проследят промените и тенденциите във формирането на рекламните съобщения и обособяването на някои специфични групи клиенти. На анализ са подложени рекламните, публикувани във вестник „Пловдив“, издаван в периода 1886 – 1907 г., поделени в две големи групи: реклами на стоки и реклами на услуги. Изведени са някои особености на функцията на рекламата сред пловдивското население, както и формите на конструиране на рекламните материали и съобщения, характерни за следосвободенския печат. Също така е направен опит да се реконструира мозаечната картина на света на пловдивчани от края на XIX и началото на XX в., сглобена от отделните вестникарски материали, рекламиращи стоки и услуги.

Ключови думи: *реклама, печат, вестник, стоки, услуги*

Текстът е опит да се отговори на два изследователски въпроса: *как изглежда и как се изгражда рекламата на вносни и български стоки и услуги, предлагани в магазините и дюкяните в Пловдив в периода от Освобождението до началото на XX в., поместена на страниците на периодичния печат.* Освен това ще се опитам чрез рекламните материали да реконструирам картината на света на пловдивчани в следосвободенска България.

Източник на обявите и рекламите е вестник „Пловдив“, който излиза веднъж седмично (в четвъртък) в периода от 1886 до 1907 г. Общият брой на рекламите и обявите, предмет на настоящото изследване, е 96, а 15 от тях са поместени в приложението към статията.

Първоначалният ми интерес бе насочен към рекламите на дюкяните в „Капана“, но прегледът на вестник „Пловдив“ показва, че в годините след Освобождението занаятчиите твърде слабо рекламират своята продукция. Затова разширих изследователския периметър

тър и включих всички реклами на стоки и услуги, отпечатани на страниците на вестник „Пловдив“, а тези на „Капана“ отделих в обособена категория.

Индустриалното общество и рекламата

През втората половина на XVIII и в началото на XIX в. в Европа се заражда индустриалното общество, възникнало след Индустриалната революция във Великобритания. Постепенно ефектът се разпростира в някои държави от Западна Европа и САЩ, като в последна сметка, с различни темпове и специфики, обхваща и засяга целия свят. Промените, настъпили при преминаването от аграрно към индустриалното общество, се наблюдават във всички негови структури, генерирайки многопластови социално-икономически, енергийни, технологични и културни изменения (Berlanstein 1992; Clark 2007).

Индустриалното общество се характеризира с използването на технологии за фабрично масово производство на големи количества еднотипни стоки, които трябва да достигнат до все по-широк кръг от потребители. Така съвсем естествено се утвърждава и функцията на рекламата като стратегически модел за реализиране на определена маркетингова стратегия за привличане на повече клиенти, представяйки стоките и услугите като мечтани, като желани и най-вече като нужни на клиента.

В своята същност рекламата представлява „социална комуникационна подсистема“ (Станев, Стойчев 2020: 154) в системата на културата, нейните основни функции се изразяват в това да се опосредства връзката *производител – клиент*, като се залагат и като се използват някои съществени психологически особености на различните категории и групи потребители¹. Освен това рекламата създава „определена картина на света и ценностна ориентация на индивидите на базата на традициите на дадена култура“ (Станев, Стойчев 2020: 155).

В годините от своята поява до днешния ѝ многопластов облик рекламата претърпява разнообразни трансформации, а еволюцията ѝ

¹ Някои изследователи обръщат особено внимание на етническите специфики на потребителите, както и на етническия език на рекламата (Гойхман, Лейчик 2010: 190). Освен това изследователите твърдят, че „едни и същи реклами послания не се приемат еднозначно от различните култури“ (Станев, Стойчев 2020: 155).

преминава през няколко основни етапа: от „информирание към увещаване“ през „увещаване към изработване на условен рефлекс“, докато достига своя апогей на „подсъзнателно внушение и проектиране на символично изображение“ (Мокшанцев 2000: 9).

Потребителят от XXI в. е изцяло погълнат и потопен в непрекъснат поток от (често агресивни²) рекламни образи, звуци, мелодии, слогани. Днешната реклама приема разнообразни жанрови измерения (Гойхман, Лейчик 2010: 37; 188 – 189). Рекламирата се всичко и всеки, търсят се все по-нетрадиционни подходи, визии и ефекти, изненадващи обрати инеочаквани финали, като се внушава основното послание на всяка реклама: *Купувай! Потребявай! Консумирай! Днес! Сега!*

От плах актьор на маркетинговата сцена постепенно рекламата се превръща в желан и ухажван съюзник във все по-свирепата битка за клиенти. Днес е почти невъзможно да си представим света и живота ни без рекламата. Тя е едно от основните средства за „формиране на комфортно психологическо състояние на индивида“ (Станев, Стойчев 2020: 156), нейната мисия е „да създаде душевен комфорт на човека“ (Старобинский 1998: 130), в своята същност тя е „сублимация на желанията, инстинктите и стремежите“ (Станев, Стойчев 2020: 170).

Структура и функция на рекламата

Рекламата като специфичен комплексен тип комуникативна дейност включва няколко блока (прагматичен, комуникационен, информационен, семиотичен, лингвистичен (и в частност *език за специални цели*³), като всеки от тях изпълнява конкретна функция⁴. От друга страна – не можем да подминем ролята на езиковия дискурс тъкмо защото езикът е неизменното средство, използвано (в по-голяма или по-малка степен) на всички етапи от рекламната дейност за реализиране на крайните цели на рекламодателите.

² Още през 30-те години на XX в. успоредно с появата на масовата култура и експанзията на рекламата се появяват недоволство и критики към агресивната реклама, която нахлува в съзнанието на индивида и напълно го завладява и подчинява.

³ За езика за специални цели вж. Гойхман, Лейчик 2010: 28 и сл.

⁴ Повече за рекламните блокове и техните функции – вж. Гойхман, Лейчик 2010: 22 – 35.

Основните структурни компоненти на съвременната реклама са текст, визуализация и звук⁵. Това са трите функционални заряда на всяка реклама, трите флагмана, с които тя въздейства върху потребителя и преследва основната си цел. Самият подбор в рекламното съобщение на вербални, визуални и звукови компоненти в значителна степен е условен, но той е най-подходящ при разглеждане и анализиране на конкретни изображения и асоциации, които възникват в рекламата в резултат на взаимодействието на всички езикови и изобразителни средства (Гойхман, Лейчик 2010: 12).

Наличието на тези три структурни компонента подсказва, че всеки от тях е равнопоставен елемент в рекламната система, той съдейства (самостоятелно или успоредно с останалите два) за постигане на крайната цел. От друга страна – тясната връзка и преплитането на вербалните, визуалните и звуковите съставни елементи обуславят необходимата еднородност на средствата за постигане на целите. Структурните елементи на рекламата, тяхната взаимна обуславеност и взаимовръзка, както и конкретните функции, които изпълнява всеки от елементите, са от особена важност за изследването на рекламата. Всеки компонент е в състояние да подкрепи действието и въздействието на останалите два или при необходимост – дори да го замени (Гойхман, Лейчик 2010: 12). Трябва да отбележим, че отделният компонент притежава свое собствено семантично значение, доколкото той участва в създаването и съществуването на „образен ред, благодарение на който възникват самите допълнителни ценности, помагачи при внушение на желанието за притежание на стоката“ (Гойхман, Лейчик 2010: 16).

При своята първоначална поява⁶ рекламата представлява само конкретен (вербален) текст. Всички основни функции на рекламата:

⁵ Повече за съдържанието и функцията на трите структурни елемента в рекламата, както и за техните субелементи (напр. заглавие, ехо-фраза, слоган, изображение, логотип, музика, звукови ефекти и др.) – вж. Гойхман, Лейчик 2010: 14 – 15.

⁶ Рекламата като средство за информиране и привличане на клиенти възниква още в древността. Някои изследователи търсят нейните корени в Месопотамия, други насочват вниманието към Древния Рим. Без съмнение обаче първите наченки на реклама се появяват с формирането на пазарите и тържищата в древния свят. Повече за появата и развитието на рекламата в хронология вж. Илчев 2019: 13 – 38.

да привлече внимание, да предизвика интерес, да информира потребителя за характеристиките и качествата на стоката/услугата и в последна сметка – да въздейства на потенциалния потребител, да го привлече и да го убеди да закупи продукта, първоначално се съдържа само и единствено в текста.

В днешно време телевизията е най-разпространеният канал за преследване на крайните цели на рекламата, а функциите на класическата рекламна обява вече са поделени между вербалния и визуалния елемент (Гойхман, Лейчик 2010: 12 – 13), с акцент върху визуалния. Постепенно текстът (вербалната част от рекламата) все повече се отдалечава и от присъствието си в рекламата, и от своите първоначални функции. Днешната реклама все повече възбужда сетивата и въздейства на подсъзнателно ниво предимно чрез образи и звуци.

Поява на печатната реклама в България

Проучванията по въпроса за първите стъпки на рекламирането в България не са особено много. Един от най-задълбочените анализи на рекламата в печатните издания в епохата на Възраждането дължим на монографията на Иван Илчев (Илчев 2019), в която авторът осветлява несъмнено negliжирания от изследователите елемент от всекидневието на градските господа⁷. Рекламата е онзи нов повей, дошъл от Европа, който пренарежда скълата на желаното от гражданите в епохата преди Освобождението. От публикуваните през този период реклами бихме могли да проследим трансформациите във вкуса и желанията, а в известен смисъл те са мерило и за степента на повишаването на жизнения стандарт на градските жители. Освен това бихме могли да изтеглим на преден план и да анализираме новопоявилата се интересна, макар и доста неустойчива, сплав между традиционните (патриархални) вкусове и предпочитания и новата (европейска) мода с понякога смущаващи нововъведения. От първите реклами, публикувани на страниците на българските възрожденс-

Произходът на думата *реклама* се извежда от лат. *reclamo* със значение *вик, кръсък, подвикване*. В Древния Рим търговците подканват своите клиенти с пронизителни и постоянно повтарящи се викове. Сенека описва виковете, „...от които можеш да намразиш собствените си уши...“ (Ромат 2000: 12).

⁷ Илчев настоява, че рекламата в българския възрожденски печат е насочена към градската част от населението на страната ни, а основна таргет група без съмнение са мъжете (Илчев 2019: 42, 183; 108 – 110).

ки вестници, проличава „как българинът се възправя полека... и въпреки че политическото му битие продължава да е сковано в рамките на Османската империя... поне в представите и в стремежите си той е вече пълноправен член на нова Европа“ (Илчев 2019: 7 – 8). Основната задача на възрожденската реклама е да „скъси“ психологическото разстояние между предлагания продукт и колебаещия се клиент, да му предложи луксозни за времето си стоки, с които той да повиши и качеството на живот на своето семейство, да покачи и социалния си статус, като едновременно с това да се почувства свързан със и да демонстрира европейския (модерен) начин на живот. Разбира се, закупуването на повече луксозни стоки изисква и известно финансово обезпечаване. Гражданите без добри и стабилни доходи не се влияят особено от рекламирани стоки и услуги. Едва през 30-те години на XIX в. българите започват да се замогват и да отделят средства за закупуване на рекламирани (често пъти вносни) стоки. Това е и времето, през което рекламата в нейното автентично качество на средство за подпомагане на производството и търговията се заражда и утвърждава в България (Илчев 2019: 50).

Рекламата и пловдивските клиенти след Освобождението

В годините след Освобождението местните печатни издания продължават да са желана и устойчива платформа за рекламиране на разнообразни стоки и услуги. Вестник „Пловдив“ (1886 – 1907) отделя значително място на своите общо 5 страници, за да публикува рекламните съобщения на производители и търговци. В първите броеве на вестника рекламите са твърде ограничени като брой и разнообразие на стоки/услуги. С течение на времето обаче търговци и производители рекламират все по-усърдно своите стоки и редакцията отделя една цяла страница – четвърта страница⁸ се превръща в платформа на пловдивските рекламодатели.

Всички реклами, отпечатани на страниците на вестник „Пловдив“, преследват комерсиални цели „в полза на производители, търговци, дори отделни личности и се използват за представяне и налагане на продукти (марки, стоки, услуги, идеи)“ (Станев, Стойчев 2020: 174 – 175). Основната цел на производителя или търговеца е да

⁸ Четвъртата страница е определена за специално място за рекламодателите още във възрожденския печат (Илчев 2019: 128).

продаде своя продукт с добра печалба на повече клиенти. Основната цел на рекламата е да продаде образа на този продукт, залагайки на подсъзнателните желания на потенциалния клиент. Рекламите във вестник „Пловдив“ не се отдалечават от тази основна маркетингова стратегия, като я разгръщат в две посоки: реклами на стоки и реклами на услуги. Налични са обяви/реклами, съчетаващи и стоки, и услуги – продават се стоки, но се предлагат и ремонтни услуги, например в едно и също часовникарско ателие пловдивчанинът може да закупи джобен часовник, а при нужда – да го донесе за поправка.

Проследявайки състоянието на рекламите във възрожденския и в следосвобожденския печат, улавяме следните характеристики, тенденции и специфики.

Първите реклами в българските възрожденски вестници са известия за предстоящо отпечатване на книги, по-късно се появяват обявленията за продажба на учебници и търговски книги (Илчев 2019: 51 – 61). Тази тенденция се запазва и в следосвобожденската рекламна дейност. В седмичника „Пловдив“ се публикуват реклами на печатни издания: образци на търговски сметки, *„разни хвърчащи листове печатани и регистри като: Разносна Книга, Входящи и Исходящи Журнали, Ипотечни и Азбучни книги... на цена 30% по-долу от колкото могат ся напечатати“*⁹. Немалко са обявленията за *„всякакъв вид канцеларски потребности и учебници, църковни книги“*.

В периода на Възраждането „Вторият продукт, който уверено се появи в рекламите, бяха лекарствата“ (Илчев 2019: 78), а по-късно се добавят и рекламите на аптеки. Все по-важната роля на медицината в живота на гражданите¹⁰ е предпоставка за активната реклама на аптеките, но с едно наум: „не се доуточнява какво се разбира под аптека – специален магазин за продажба на лекарства или просто чанта с лекове“ (Илчев 2019: 80). След Освобождението картината не се променя особено. Аптеките се рекламират и като единственото място, от което можеш да се сдобиеш с козметични и

⁹ Във всички цитати от рекламите е запазен автентичният текст, но е предаден с орфографичната система, утвърдена с правописната реформа от 1945 г.

¹⁰ Трябва да отбележим, че възрожденският българин възприема лекарствата за „разточителство, неподобаващо на еснафа“, и прибегва до закупуването им „неохотно, само в краен случай, след като всички традиционни средства вече бяха опитани без резултат“ (Илчев 2019: 81).

хигиенни средства, като медицински гудронен сапун и глицеринов сапун от фабриката на Хр. Сяров, помада за лице и сапун „Симон“, млечен сапун от Бергман и С-ие, който „прави лицето нежно и при редовното му употребление чисти от всякакви лекета“. Аптеките предлагат нововъведения в хигиената като „елексир, прах или паста на Бенедиктините за чистение зъби“ (Сн. 1), както и немската вода за уста Одол, обявена за „абсолютно най-добрата в света вода за устата; тя напълно отговаря на изискванията за пазенето на устата“. Загрижените за здравето си могат да посетят аптеката на Нешо Чипев и да се сдобият с „моруново масло марка „Маиер“, качество екстра“, с което да подсилят имунитета си.

ЗА ЧИСТЕНИЕ ЗЪБИ
(ЕЛЕКСИРЪ, ПРАХЪ, ПАСТА)
на
БЕНЕДИКТИНИТЪ
въ
СУЛАКЪ
А. СЕГИНЪ, Бордо.
ЧЛЕНЪ НА ЖУРИТО, ХОРСЪ КОНКУРСЪ
Всемирно изложение Парижъ 1900 год.

Снимка 1. Фотограф: Борислава Петкова

В следосвобожденския Пловдив жените от по-заможни семейства постепенно започват да се потапят в градския начин на живот, посещавайки различни организирани форми на забава – балове, вечеринки и пр., където общуват с госпожи и господа от същите или повисоки социални кръгове. Появата на подобно място изисква специална подготовка и приготвяне на облеклото и външния вид. Вестник „Пловдив“ доста активно публикува реклами на различни помади, необходими на госпожиците и госпожите: „лудра за разхубавяване и изнежване на лицето“, „най-елегантна пудра за тоалети, балове и салони: бяла, розова или жълта“. Добрите аптеки и дрогерии в гра-

да предлагат „*краска (боя) в миг от д-р Рихадс. Усъвършенстван начин за боядисване в един миг на косата и брадата*“. Дългата, гъста, лъскава и здрава коса е гарантирана само при употребата на помадата на Анна Цилаг от Виена. Този продукт е рекламиран като полезен не само за госпожите, но и за господата, защото „*произвежда у мъжете едно силно и пълно израстване на брадата и на космите на главата и пръдава... естествена лъскавина, която остава в такъв вид до дълбока старост*“ (Сн. 2). Реклами като тези насочват вниманието към един от ключовите рекламни лайтмотиви – грижата за съхраняването на младостта. Очевидно е, че градските госпожи и господа от края на миналия век посвещават внимание, време и семейни ресурси за поддържане на изряден външен вид.

Азъ Анна Цилагъ

Съ моята 185 см. *дълга здрава коса*, която добихъ вследствие 14 мѣсечното употребление на *собствено измамърена помада*, припозната отъ най-прочутитѣ вапацитети като едничко сръдство противъ паданието на косата, нейното израстванне и укрѣпяване на корена.

Произвежда у мъжетѣ едно силно и пълно израстванне на брадата и прѣдава слѣдъ кратко вече употребление както на космитѣ на главата тѣй и на космитѣ на брадата *естествена лъскавина* и пълнога която остава въ такъв видъ до дълбока старостъ.

Начинъ за употребление има въ всѣко парче.
 Виена, Юлий 1906 г.

АННА ЦИЛАГЪ
 Грабенъ № 14.

Депозитъ у Г-нъ Н. Чипевъ—Пловдивъ.



Снимка 2. Фотограф: Борислава Петкова

За изненада на нашите съвременници бутилираната минерална вода е известна и активно се рекламира в България още от периода на Възраждането. Тя обаче е представена не като разхлаждаща течност за утоляване на жаждата, а като панацея, защото с нея „*цехъ всичко – като се почне от безплодие, та се свърши с главоболие*“ (Илчев 2019: 85). В следосвобожденска България бутилирана минерална вода продължава да се препоръчва „*за куро (продължи-*

телно лечение)“, но само ако е от реномирани вносни марки като Карлсбад, Крондорф, Виши, Кронтексвил, Мариенбадер и мн. др. (Сн. 3). България е страна с множество минерални извори, но на тогавашните предприемачи и търговци и през ум не им минава, че с добра реклама българските минерални води могат да носят добри доходи. Вестниците обилно рекламират чуждестранни минерални води, а едно от местата, предлагащи лечебните еликсири, е аптека „Галиний“ на Нешо Чипев на главната станционна улица в Пловдив.



Снимка 3. Фотограф: Борислава Петкова

Рекламата на храни във възрожденския печат е твърде спорадична. Това, от една страна, се дължи на все още тясната връзка на човека (в т.ч. и градския) със земята, поради което голяма част от хранителните си нужди хората удовлетворяват сами (Илчев 2019: 101). Следосвобожденският печат в Пловдив показва, че тази тенденция се запазва – рядко се публикуват реклами на храни родно/местно производство, но обилно се привличат клиенти с вносни храни за изискания градски вкус: в магазина на Атанас Тасков с „риба солена,

пушена, хайвяри, зехтин I-во кач. 1 л. и 60 ст. кило, деликатеси Рокфорт, Швейцарско, Холандско и маджарско сирената... раци Сардели от прочутата французка фабрика *Amieux Freres*“. Съдържателят на „Нов саламаджийски магазин“ г-н Щиглер предлага „жамбони, разни салами и пресни крен-вирицчета“, „сардели тон, разни компости, както и шоколати прясни“, а Влашо Гълъбов добавя и „солена сланина, прясна свинска мас, луканки и пр., които могат да задоволят и най-изтънчения вкус“. Особено активни са производителите „Нестле“, които рекламират своето мляко на прах от първия до последния брой на вестник „Пловдив“ (Сн. 4).

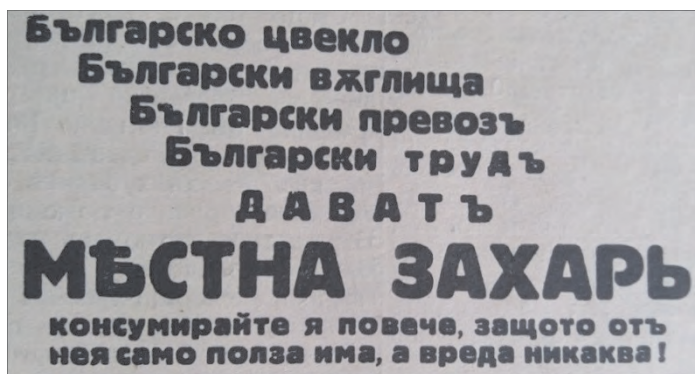


Снимка 4. Фотограф: Борислава Петкова

Интересна е рекламата, поръчана и заплатена от производителя на родна захар, чрез която се поставя акцент върху българския продукт като гарант за качество:

Българско цвекло
Български възлища
Български превоз
Български труд
дават
МЕСТНА ЗАХАР

Консумирайте я повече, защото от нея само полза има, а
вреда никаква! (Сн. 5)

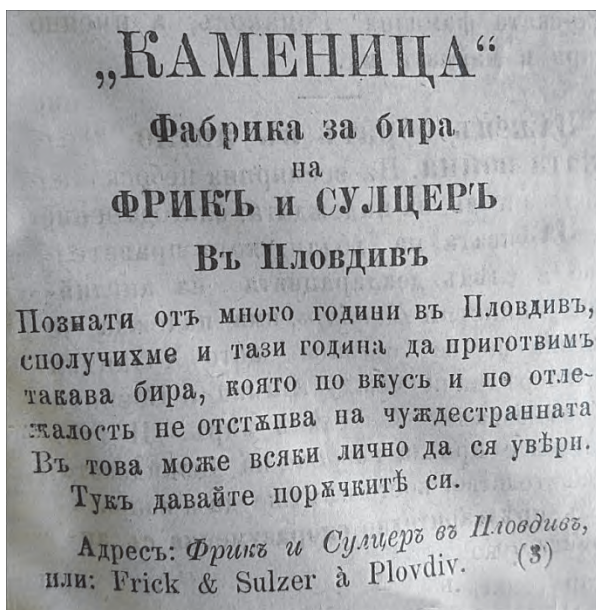


Снимка 5. Фотограф: Борислава Петкова

Майсторството в сладкарския занаят рекламира хаджи Янко Петров – съдържателят на „Българска сладкарница Съединение“, където „приготвявам по особен искусен начин разни сладки неща като: лукуми, конфетки, пасти, сладко за гостие и др., както и разни питиета: мента, ликьори и пр.“. В сладкарницата на Емил Рутхард покрай „свежи сладки печива всеки ден“ в празнични дни се предлага и изкусителният „пастет с мозък и месо“. Сладкарница „Пчела“ на братя Кирови привлича клиенти с „кузинаци, чоколад, руски карамел“ и „сладка в чешии“, но и с „прясна бирева мая“. Сладкарница „Букет“ примамва със „захарни игри за Коледната елха и Новата година“, а сладкарница „Охрид“ залага на продукти на известни производители като „Сушард“ и „Гайлер“. От рекламите става ясно, че градската сладкарница е и магазин за закупуване на готови сладкарски произведения за различни празници, но и примамливо място за срещи и социални контакти в приятна атмосфера, защото „опитът е най-доброто доказателство“ според сладкаря хаджи Янко.

По отношение на вносните спиртни напитки откриваме многобройните известия за „Одрински бели и червени стари вина, разни коняци гръцки, „Кампа“ и „Дудополус“ Вермут Фернет Бранка“ „Италиянски вермут, Ром „Св. Георги““. Българските напитки са от региони, поначало известни с качествена продукция – например „Старозагорска мастика и Пазарджишки червени вина“ или „местна изрядна джибровица и мастика“. Интерес представлява и плахата поява на обявление от Георги К. Морали за местно домашно вино „с много приятен аромат, първо качество“ или рекламата на „чисто натурално старо вино“, предлагано в „маазата на г-н Стефан Обрейков в Малкий Безистен“.

Любителите на бирата са ухажвани от емблематичните за Пловдив пивопроизводители Фрик и Сулцер, отворили първата в България бирена фабрика „Каменица“ (Сн. 6). Рекламата подчертава, че предлаганата бира „по вкус и отлежалост не отстъпва от чуждестранната“. Пивоварят Ил. Стойков от Казанлък рекламира своята продукция на страниците на вестник „Пловдив“ като „силно и добро пиво по Баварска и Виенска манипулация с твърде износни цени“ и добавя и ценоразпис.



Снимка 6. Фотограф: Борислава Петкова

Господа пушачите са целевата група за производителите на енифе, продукт на тютюневата фабрика „Тракия“. Особено интересна е рекламата за хартия за цигари „Юнак“. В нея се прави уточнението, че названието на продукта е предоставено от „Управителния Съвет на Съюза на Българските Гимнастически дружества „Юнак“, защото основна цел на производителите на цигарена хартия и гимнастическото дружество е грижата за здравето на господата (Сн. 7).

ОТЪ ГОЛЪМА ВАЖНОСТЪ ЗА ГОСПОДА ПУШАЧИТЪ !!

Господа Пушачитъ грижливи за здравето имъ, чека
пушатъ само първокачествената цигарена книга

„ЮНАКЪ“

наръчена така съ разръшението на Управителния Съвѣтъ на Съюза на Българскитъ Гимнастически Дружества „Юнакъ“, разръшение дадено само на господинъ Албертъ Барнатанъ — Варна.

Пазете се отъ имитации и поискайте всѣкога долнитъ ми запазена марка



Всѣка кутия „ЮНАКЪ“, трѣбва да носи бандеритъ отъ долнитъ „ЮНАКЪ“
Кутия безъ този бандеритъ е фалшива.

Снимка 7. Фотограф: Борислава Петкова

Едновременно с рекламата на тютюневи изделия спорадично се появяват и реклами, приканващи към отказ от тютюнопушенето. Това става възможно само с консумирането на един специален шекер за 2 лв., а брошурката с инструкциите за употреба са добавени в кутийката със стоката (Сн. 8).

НЕ ПУШИ!

Най вѣрно и безопасно сръдство противъ пушение тютюнъ, е *шелеръ въ кутѣйка* която е придружена съ една брошурка за начинътъ на употрѣблението му, цѣната ѝ е 2 лева — съ пощата 2 л. 10 ст. въ прѣдплата.

Адресъ: Г. Т. Гидиковъ, Пловдивъ
(Коммисионеръ)

Снимка 8. Фотограф: Борислава Петкова

„Рекламата на стоки за бита бяха рядък гост във възрожденския печат. Доколкото ги имаше въобще, в тях се обявяваха предимно продажби на готово облекло“ (Илчев 2019: 102). Готовото облекло е предназначено главно за дамите и господата от градския елит, които „бяха по-податливи на чужди културни влияния... По-издигнатите от тях или тези с по-големи претенции отрано наченаха да си купуват готови дрехи или да ги поръчват при франк терзия“ (Илчев 2019: 102). Подобна динамика в градски условия води до все по-активното рекламиране на стоки за бита и през следващите десетилетия. Четвъртата страница на вестник „Пловдив“ активно рекламира фабрични платове „*произходящи от най-прочутите фабрики в Парис и Лондон*“, коприна, внос от Швейцария, доставена „*свободна от мито и направо в жилището на клиентите ни*“. Все по-често се публикуват реклами на „*нови, здрави, хубави, с много добър густ и от последната мода*“ дрехи (конфекция), от които „*купувачите ще оаят доста благодарни*“, а търговецът Георги Анастасиадис приканва: „*Елате да видите Великденските дрехи!*“. Празничното облекло предполага и елегантни „*готови обуца по последна мода с материали от Франция и др. европейски държави, които пазят краката от мазоли*“ (Сн. 9). Задължителен елемент от градското облекло е шапката „*от най-добро качество и последна мода*“, достъпна в пловдивската „*Елегантна Шапкарница Демостен*“ (Сн. 10). В своите ателиета и магазини търговци като А. Рубинщайн, Израил и С-ие, К. Попов, К. Хадцаки предлагат голямо разнообразие от бижута, часовници „*за в джеб*“, очила и огледала.

К. ХРИСТОДУЛОВЪ

Обущарница „СОФИЯ“

Улица Князь Александър I срещу Аладжа Джамия въ Пловдивъ



Въ тая обущарница се изработватъ отъ специалиста стопанинъ разни мъжки женски и дѣтски обуца отъ послѣднитѣ моди. Употрѣбванитѣ въ тая обущарница материали сѣ първокачествени, модерни, здрави — произходящи отъ Франция и др. европейски държави, които материали освѣнъ че сѣ много трайни, пазятъ краката отъ мазоли.

Въ същата обущарница се намиратъ и разни форми готови обуца, изработени въ обущарницата отъ същитѣ материали.

Ониа господа и господжи, които желаятъ да носятъ модерни здрави обуца, нека станатъ клиенти на горѣщата аната фирма.

Снимка 9. Фотограф: Борислава Петкова

ЕЛЕГАНТНА ШАПКАРНИЦА

ДЕМОСТЕНЪ СОТИРОПУЛОСЪ ПЛОВДИВЪ — БУРГАСЪ

По насърчението на многобройната ми клиента отвориохъ клонъ въ Бургасъ срещу търговскій хотелъ подъ названieto: **Елегантна Шапкарница Демостенъ.**



За това имамъ честь да извѣстѣ на почитаемиѣ ми клиенти въ *Бургасъ, Анхиало, Созополъ, Месемориа* и пр. че посѣщавайки горѣказаната шапкарница ще намѣратъ въ нея шапки отъ най добро качество и послѣдна мода, разни видове и всички новопрстигнали, особено отъ прочутата въ цѣлий свѣтъ шапкарска фабрика

„B o r g a s l i n o“

видоветѣ на които ще намѣрѣтъ само въ **Елегантната Шапкарница Демостенъ** въ Пловдивъ и Бургасъ.

Снимка 10. Фотограф: Борислава Петкова

На домакините е предоставена възможност да облекчат всекидневното почистване на домовете и полиране на посудата, използвайки Globus, защото „който опита веднаж тоя екстракт, той вече винаги ще го употребява“.

Удобството на електричеството става все по-примамливо за градския жител, а електрифицирането на дома се превръща в знак за престиж и повишен социален статус. По-заможните семейства успяват да осигурят различни домашни електроуреди, а това несъмнено води до нарастване на броя на рекламите за монтиране и/или ремонтване на различни електрически стоки: копчета, звънци, телефони, гръмоотводи, лампи и всякакво електрическо осветление се рекламират от Марко Голдено и Матей Ножаров (Сн. 11).

МАТЕЙ ИВ. НОЖАРОВЪ
 ЕЛЕКТРО-ТЕХНИКЪ

За поставяне и поправяне на телефони, електрически звънци и лампи, медицински индукционни апарати, гръмоотводи, виемелници и електрическо осветление. Притъквамъ апаратъ за изпитване на стари и нови гръмоотводи, което е нужно поне веднажъ въ 5 години да се провѣрять.

Адресъ: Пловдивъ, площ. „Князь Борисъ“ № 26 при механика Никола Димитровъ.

Снимка 11. Фотограф: Борислава Петкова

Макар и еднократно, във вестника се появява рекламата на добре познатата печка „Перник“. Към детайлното изображение на новата готварска печка е добавен следният рекламен текст: „Ако сте доволни от Вашата отоплителна печка „Перник“ – стократно по-доволни ще бъдете от една готварска машина „Перник“ (Сн. 12).



Снимка 12. Фотограф: Борислава Петкова

Макар и не толкова многобройни, рекламите на различни видове услуги също намират място във вестник „Пловдив“. От тях бихме могли да анализираме процесите на промяна в нагласите на пловдивчани, както и в повишаването на финансовото им състояние, щом биха могли да се възползват от предложението на К. Хадцаки за поръчка на елмази, брилянти и други драгоценни камъни, да поправят повреден стаен или джобен часовник при Рубинщайн или да се възползват от каменоделските услуги на Г. Хършов за изработване на паметници, маси, умивалници, шадравани, с които да облекчат рутинните си хигиенни навици или да украсят домовете си.

Арменският майстор чадърджия Серкиз Богосиан „прави нови летни и зимни омбрели и поправя стари“, поръчка на обувки по индивидуални размери и особености на стъпалото се приемат в дюкяна на Тома Стамболов, добро бръснене на господата се предлага от Христо Петров. Боядисване и химическо чистене възможно в пловдивския клон на Първата българска парна фабрика от Русе.

Удобство в дома, „*постилване канапета и матраци по парижски вкус и с умерена цена*“ предлага Леон Литман в своето тапицерско ателие. Това са част от рекламите на услуги, които достигат до пловдивските семейства в годините след Освобождението.

Държавните власти също са обект на прицел от страна на рекламоделителите. Общината може да се възползва от занаятчийските умения на Осман Юсеинов и Ст. Дренски за изработка на кошуми (хамути) за общински обозни коли (очевидно без процедура за обществена поръчка).

И въпреки заявления градски статус, въпреки опитите на пловдивчани да се възползват от постиженията в медицината и фармацевтиката, все пак традиционните методи на лечение продължават да се практикуват. Вестник „Пловдив“ публикува обявата на г-жа Дюрюю Кеворк от Хаджи Хасан махала (Сн. 13). Тя обявява себе си за „*изкусна баба арменка*“, която „*добре разбира бабуванието и лекуванието на вътрешните женски боледувания и болести*“. Жените могат да ѝ се доверят напълно, защото „*притежава свидетелства от доктори за способността си*“.

ИСКУСНА БАБА, АРМЕНКА

която добръ разбира бабуванието и лекуванието на вътрешни женски боледувания и болести (отместване на матката, набъбване и пр.), ся намира въ Хаджи Хасанъ махала. Тя е излѣкувала много жени отъ подобни болести, постоянно бабува и притежава свидетелства отъ доктори за способността си. Желаящитѣ да ся отнесѣтъ до г-жа Дюрюю Кеворкъ, Хаджи Хасанъ махала.

Снимка 13. Фотограф: Борислава Петкова

Структура и дискурс на рекламите във вестник „Пловдив“

Като печатна медия рекламните страници предлагат възможността читателите да се запознаят ст. нар. визуални пресреклами (Станев, Стойчев 2020: 175, 177). Най-общо бихме ги поделили в две големи групи: изградени само от текст (обяви/известия) или оформени от съчетанието на текст и изображение/я (реклами). Всички обяви и реклами във вестник „Пловдив“ се характеризират със своята осведомителна (понякога и разточителна) насоченост, целта е да се информират потенциалните потребители за „реалните достойнства на препоръчания продукт... а не цели изместването на конкурента“. Обявленията и рекламите създават благоприятна атмосфера и широка група почитатели на препоръчвания продукт/услуга (Станев, Стойчев 2020: 176).

Рекламните обявления/известия се характеризират с „набор от конкретни речеви интенции, обхващащи репрезентативни и директни речеви актове: *съобщавам, информирам, оповестявам, уведолявам...*“ (Гойхман, Лейчик 2010: 208). По-значителната част от публикуваните във вестник „Пловдив“ рекламни обяви са изградени от текст, структуриран по следния начин: *заглавие – име на търговеца/магазина/дюкяна – рекламен текст – подпис на търговеца – адрес на магазина/дюкяна*¹¹ (*и дата на публикуване*), т.е. обявленията са оформени като предимно лични текстове, насочени към клиентите, като така се опосредства връзката търговец/производител – потребител.

В повечето рекламни обявления шрифтът е различен от този на вестникарските статии – често е уголемен и/или удебелен и очевидно се търси подсъзнателното привличане на вниманието на читателя (в някои е добавена длан, посочваща най-важната част от текста¹²). Стилът на обявите е официален и следва формалния речеви

¹¹ В някои обяви за ориентир на рекламирания магазин/дюкян се упоменава друг търговски обект (напр. „*народната дрехарница срещу хотел Адрианопол*“, „*до хотел Молле*“, „*нов саламаджийски магазин срещу хотел София*“, „*Парната фабрика е до колониалния магазин на г-н Тома Костов*“ и др. под.). Днес подобен маркетингов подход е абсолютно немислим.

¹² Изображението на посочваща длан е добре познато в Европа още от XVII в. За първи път то се появява в рекламно известие в „Цариградски вестник“, г. 11, бр. 28, 8 юли 1861 г. (Илчев 2019: 159). Очевидно следосвобожденският печат заимства този похват, с който се цели насочване на вниманието на читателя.

модел („Имам чест да обявя на почитаемата публика“/„Известява се на почитаемата публика“), макар да има някои изключения от разговорната реч („чудо невидено“ или „много, много интересно“). Присъстват някои ключови и постоянни словосъчетания като „почитаемата публика“, „последна мода“, „първо/най-добро/екстра качество“, „(най-)умерени цени“, „бързо и хубаво“ и др.

По отношение на внушенията на публикуваните реклами в следосвобожденския пловдивски вестник тук ще се наложи частично да коригираме първоначалната дефиниция и да подходим към рекламата като към специфичен тип въздействащ дискурс¹³ (в сравнение с обявлението), описвайки я като „уведомление чрез различни способности/начини за създаване на широка информираност и привличане на потребители“ (Гойхман, Лейчик 2010: 206). Към репрезентативните и меките речеве актове на обявленията рекламите обилно добавят обещания. Речевите тактики при изграждането на рекламата не са директни (макар да преследват комерсиална цел: „Купувай!“), настояването и изискването са заменени с препоръка и/или съвет, макар че „самият списък с намерения се оказва различен и по-обемен, отколкото в обявленията“ (Гойхман, Лейчик 2010: 210).

Рекламата изгражда специфични способности за привличане на потребители – това са добавените към текста изображения, разположени според въображението на търговците/занаятчиите (т.е. рекламоделателите) – под заглавието, едностранно или двустранно на текста. В рекламната страница на вестник „Пловдив“ прави впечатление, че почти всички вносни продукти се рекламират и с изображение, като повечето от тях заемат значителна част от вестникарската страница. Чуждестранните продукти се рекламират по-активно (напр. водата за уста „Одол“, а сухото мляко „Нестле“ откриваме във всеки брой на вестника) за разлика от стоките на българските производители/търговци, които успяват да публикуват своите реклами значително по-скромно (до два или три пъти).

Общият стил на обявите и рекламите във вестника се доближава до т.нар. първи етап от развитието на рекламната индустрия – „информирание към увещаване“ (Мокшанцев 2000: 9). Почти липсват повелителните наклонения, характерни за по-късните рекламни тек-

¹³ Под *дискурс* разбирам специфична „форма на общуване между хората (задължително е наличието на адресат), притежаваща интенционалност и целеполагане“ (Гойхман, Лейчик 2010: 21).

стове/слогани (*вземи/купи/възползвай се* и др. под.). Текстът описва, приканва, т.е. предлага информираност и осведоменост, но не настоява и не задължава. Търговецът/занаятчията често признава: *„Надявам се за много клиенти“*, и отправя *„препоръка“* към *„почитаемата публика“*. Също така *„Г. Г. посетителите ще останат благодарни, както от качеството на нещата, тъй и от твърде умерената им цена“*.

Рекламата на „Капана“

Не са много рекламите, привличащи клиенти във и около „Капана“. Рекламираат се дюкяни, работилници и пивница, разположени на Узун чаршия (дн. улица „Райко Даскалов“), в Куршум хан (разрушен през 30-те години на XX в., на негово място са изградени т.нар. Градски хали, превърнати през 2002 г. в търговски център) и на пл. „Княз Борис“ (днес площад „Джумаята“).

На Узун чаршия са разположени магазинът за дрехи на А. Арнаудов, кундурджийски дюкян на Хаим Ашер, а в дюкян № 4 Осман Юсеинов предлага изработката на кошуми (хамути) за общински обозни коли. В магазин „Бон Марше“ на Давид Израил и С-ие се предлагат стъкларски, фаянсови и порцеланови изделия на специални цени по случай Великден.

Георги Анастасиадис рекламира дрехи, предлагани в дюкян № 155 в Куршум хан, а бижута *„по най-изискан парижки вкус“* се продават в дюкян № 7. Минчо Бойков приканва клиенти в дюкян № 21, където предлага счетоводни книги за търговците (разносна книга, входяща и изходяща книга).

Повече търговци, рекламиращи стоките и услугите си във вестник „Пловдив“, са разположени на площад „Княз Борис“: магазин „Цар Борис“ (кинкалория); боядисване и химическо чистене; Серкиз Богосиан поправя чадъри, а съдържателят Червински приканва господа пловдивчаните в своята пивница „Златен лев“ (Сн. 14).

Рекламите на стоките и услугите, предлагани в „Капана“ и околностите, са по-скоро скромни, отколкото натрапващи се. Търговците информират своите клиенти за наличието на стоки и услуги. Липсва настойчивост, а потенциалните клиенти са оставени сами да вземат решение.



Снимка 14. Фотограф: Борислава Петкова

Картината на света в рекламите на вестник „Пловдив“

От рекламните текстове и изображения бихме могли да сглобим една мозаечна картина на света на пловдивчани в годините след Освобождението. Без съмнение рекламните публикации и известията преследват своите основни цели – привличане на вниманието, съблазняване на читателите, създаване на усещането за необходимост и желание за притежаване на стоките или ползване на услугите. Рекламите във вестник „Пловдив“ внушават, че всички стоки и услуги са достъпни за всеки.

Предлаганите стоки гарантират комфортен живот (печки, часовници, огледала, бижута „по последната мода и от най-искусствений Паришки вкус“), здравословен живот (шекер против тютюнопушене), физическа красота (боя за коса и брада), качествена храна (жамбони, кренвирши, сарфалади, „коприщенски луканки“, макарони; местна (българска) захар; раци, риби солени, „сардели тон“, хайвери, гръцки зехтин, унгарски салами, шест вида туршии, вносни сирена и всякакви „първокачественни бакалски артиколи“; немска добавка за кафе и

сладки изкушения като „козинаци, захарни яйца, бонбони, чоколад, разни видове сладка в чешми“.

Любителите на спиртните напитки са привлечени с качествена българска и вносна продукция: бира „Каменица“, „коняци гръцки и француски, Старо-Загорски мастика и джибра... Пазарджишки червени пивки вина, Одрински и Айвалийски стари вина, италиански вермут, ром „Св. Георги“. Изобщо прави впечатление, че рекламните на спиртни напитки, вина и бира са най-многобройните.

От рекламните материали можем да заключим, че в следосвобожденския Пловдив трайно са се установили някои чуждестранни инвеститори и производители: фабриката на Фрик и Сулцер произвежда първата бира в България, Антонио Арена „упражнява от турско време фабрикацията на разни макарони, фидета и паста“.

През рекламните забелязваме и постепенното засилване на интереса и насоченото внимание на рекламодателите към жените домакини. Те са специална целева група за вносителите на немската добавка за кафе – рекламата подканя с: „МНОГОУВАЖАЕМАЯ КЪЩНИЦЕ, уверете се, ако обичате“ (Сн. 15). Предлага се улеснение за домакините в празничните дни – готови торти, пасти, сладка, шоколади и бонбони за всекидневието или при специални празници (Пасха, Рождество и Нова година или за „фамилиарни“ сватби, балове и вечеринки).

МНОГОУВАЖАЕМАЯ КЪЩНИЦЕ уверете се, ако обичате

ХАЙНР. ФРАНКЪ СИНОВЕ
в
Лудвигсбургъ



МАРКА

ИМП. КРАЛ. ПРИВЛ. ФАБРИКА
Намотау, Лицъ „Нашау,
Букурешт.

ИСТИНСКО ФРАНКЪ-КАФЕ

НАЙ СИЛНА И НАЙ ВЪТЕНА

ПРИТУРКА ЗА КАФЕЙНО ЗЪРНО.

За черно кафе съ 4 лъжици зърна да се прибави 1 лъжица ФРАНКЪ-Кафе.
„ Кафе съ малко съ 3 „ „ „ „ 1 „ ФРАНКЪ-Кафе.
Франк-Кафе се намира всълога въ пресно качество въ всичките банани на града.



МАРКА

Heinrich Franck & Söhne
Linz. Ludwigsburg.



МАРКА

ЧРЕЗЪ ЕДИНЪ ОПИТЪ.
Притежателят и Авторът А. П. Семердинговъ. Отговорникъ П. Чернеговъ.

ПЕЧАТ. ТЕХНИКА. Г. А.
на А. П. Семердинговъ, притома и извършва всички други работи.

в. ч. н. н.
Печатница на А. П. Семердинговъ

Снимка 15. Фотограф: Борислава Петкова

Предлаганите стоки от търговци и производители са представяни като внесени от чужбина, извънредно хубави/изящни, и разбира се, на цени „най-умерени“, „*твърде износни*“ или изключително ниски.

Рекламите, обособени в раздел „Услуги“, акцентират върху това, че прислугата винаги е „*бърза и точна*“, „*чистотата е извънредна*“, а интериорът на помещенията включва „*изящни мобили*“.

Изградената рекламна картина на света на читателя на вестник „Пловдив“ не отстъпва на европейската. Гражданите имат достъп до разнообразни вносни и български продукти, всички предлагани стоки и услуги са качествени и евтини. Трябва само да протегнат ръка и да отворят кесииите.

Заклучение

Рекламата е един от ключовите елементи на културата от края на XIX и началото на XX в. В исторически план рекламата в българските печатни издания е подложена на значителни трансформации, характерни за различните исторически периоди. От началните скромни рекламни обявления във възрожденския и следосвобожденския печат, в които вниманието на клиентите се насочва деликатно и сякаш с грижа за добруването на отделния човек, тя постепенно се преобразява. Днес рекламата се е превърнала в безпощадно аудио-визуално торнадо, което улавя и завихря съзнанието на потребителите, превръщайки подсъзнателните им желания в осъзната необходимост. От средата на 50-те години на XX в. рекламната дейност се превръща в неотменна съставна част на комуникационната дейност в сложната структура на съвременното общество. В процеса на развитие рекламата изработва нови творчески методи и подходи, които са достатъчно индивидуални и не се поместват в стандартните шаблони и стереотипи, търсят се нови подходи за „разпалване“ на желанието за притежание на рекламираната стока. Днес рекламата е неизменна част от масовата култура и ако перифразираме Едгар Морен, можем да определим рекламата като новата религия на щастието.

БИБЛИОГРАФИЯ

Илчев, И. (2019). Рекламата през Възраждането. София: Университетско издателство „Св. Климент Охридски“.

- Станев, В., Л. Стойчев (2020).** Комуникация и комуникационна политика. Пловдив: Университетско издателство „Паисий Хилендарски“.
- Гойхман, О., В. Лейчик(2010).** Реклама: язык, речь, общение. Москва: ИНФРА-М.
- Мокшанцев, Р. (2000).** Психология рекламы. Москва-Новосибирск: ИНФРА-М.
- Ромат, Е. (2000).** Реклама. Киев-Харьков: Студцентр.
- Старобинский, Э. (1998).** Самоучитель по рекламе. Москва: Бизнес-школа „Интел-Синтез“.
- Berlanstein, L. R., ed. (1992).** The Industrial Revolution and Working Nineteenth-Century Europe. London and New York: Routledge.
- Clark, G. (2007).** A Farewell to Alms: A Brief Economic History of the World. Princeton University Press.

THE ADVERTISING OF GOODS AND SERVICES IN PLOVDIV IN THE YEARS AFTER THE LIBERATION

Assist. Prof. Dr. Borislava Petkova

“Paisii Hilendarski” University of Plovdiv

Abstract: The text focuses on the advertising materials printed in the post-liberation press of Plovdiv, bringing out the connection with the advertisements from the revival press in an attempt to trace the changes and trends in the formation of advertising messages and the identification of some specific groups of customers. The advertisements published in the “Plovdiv” newspaper, published in the period 1886 – 1907, were analyzed, divided into two large groups: advertisements of goods and advertisements of services. Some features of the function of advertising among the Plovdiv population are brought out, as well as the forms of construction of advertising materials and messages, characteristic of the post-liberation press. An attempt has also been made to reconstruct the mosaic picture of the world of Plovdiv residents from the end of the 19th and the beginning of the 20th century, assembled from individual newspaper materials advertising goods and services.

Keywords: *advertising, printing, newspaper, goods, services*

НЕМАТЕРИАЛНО КУЛТУРНО НАСЛЕДСТВО: (ТЯЛО) МАСКА И ПРОСТРАНСТВО (ПАНДЕМИЧНИ КОНТЕКСТИ)

Георги Иванов

Регионален исторически музей – Пазарджик

Резюме: Текстът разглежда промените, причинени от пандемията на нематериалното културно наследство, чрез четири призма: тялото, миналото (което се наследява), маската и пространството. Разглеждат се техните променливи параметри, експлицирани от пандемията, тяхната теоретична и практическа феноменология. Чрез тях се разглеждат три сфери от Нематериалното културно наследство: сътворяване на песен, танц (хоро), пеене в хор и ансамбъл. Въз основа на тях се извършват теоретични рефлексии, като се стига до извода, че *тялото става образ на самото себе си* (записвано, гледано и слушано), бидейки изолирано и отместено в новосъздалата се пандемична култура. От това „тялото“, поставено в този процес, „вкрива“ психичното в новата култура. Това прави всекидневното драматично и трагично, защото всеки ден формално е колизия, ако тялото няма нужните „атрибути“. Това – размишлява се в статията, като се използва *вглеждането* от различни аналитични ъгли в тези „търкащи едни в други“ феномени – води до несъзнаваното желание да се обезтелеси или да се (пре)върне тялото в желан образ от минало(то).

Ключови думи: *минало(то), нематериално културно наследство, тяло, несъзнавано, наследяване*

Нематериалното културно наследство е и не е. Т.е. то е процес, който се проявява в дадени контексти. То се изпълнява от субекти – по-точно – от техните тела. Те го вербализират, изиграват, сътворяват – демонстрират, съзерцават, преживяват, но и наследяват, припомняйки си го.

Кръстанова пише, позовавайки се на философските наблюдения на Бояджиев: „Именно материята позволява на човека да получи конкретна форма и телесен образ“.¹ Ако се следва тази логика:

¹ Кръстанова, Красмира (1995). Езикът на тялото. – В: *Езикът на тялото*. Съст. Тодор Ив. Живков, Ива Стоева, с. 34. За максимална евристичност

трябва физическо (човешко) тяло, за да се улови, формира и артикулира нематериалното, да се възвърне желаният образ от миналото, да стане „форма“, кодифицирана от телесното. *Телата въплъщават (embody) нематериалното...*

Но като добавим пандемията към този процес, можем да стигнем до следното наблюдение: проявлението (направени в рамките ѝ от тела) и „простото“ им изместване причиняват промени, които влияят на практиката на тялото и съответно – на нематериалното културно наследство, което то демонстрира. Променят демонстрирането и следователно преживяването, пространството², естетиката...

Приемаме, че културното наследство се променя така или иначе, но тези промени, които ще се коментират в статията, са подчертано пандемични.

Започвам с три примера, касаещи нематериалното културно наследство, регистрирани от изследователи, публикувани наскоро (2021 г.) в сборника *Етнология и епидемии – социокултурни измерения на пандемията от COVID-19*³, там четем:

1. От Вихра Баева:

„Ситуацията на криза видимо стимулира творческия потенциал на професионални и непрофесионални автори и вдъхновява съз-

относно тялото във фолклорен контекст – вж. цитираната литература от статията, а и другите статии и библиографии от тази поредица: *Тяло и Телос*, 1995, кн. 3 и 4.

² Подчертавам, че **кризата се превръща в съ-битие**, а това съгъсти и хомогенизира пространството. Самият Фуко казва, че тялото е „пространство на вписване на събитията“ (Фуко, 2016: 145). В този смисъл пространството на тялото е променено от пандемията. Тя е поредният нов контекст, който се **вписва** в тялото и го направи заразено и заразно, така директно промени онтологията, епистемологията и разбира се, естетиката му, бидейки вклучено между двете състояния. Или казано иначе: телата си влияят едни на други, пандемията направи този процес по- онто-(ка)латерален, бидейки (понякога) летален, или най-малкото тревожеш.

³ Съст. Вихра Баева и Ангелина Георгиева. Авторите от сборника ще бъдат цитирани с фамилия и година в главния текст, а те са: Вихра Баева, *Коронавирусът като муза. Новото песенно творчество, вдъхновено от COVID-19, и неговите фолклорни измерения*; Галина Луканова, *Предизвикателствата пред ансамбловото пеене в условията на пандемия*; Юлия Попчева, *Виртуалното хоро. Групите по народни танци зад граница по време на епидемията от COVID-19*.

даването на песни и клипове към тях, които предлагат различни оптики към темата. Подобни произведения – къде сериозни, къде пародийни – се появяват в различни жанрове: попфолк, поп, естрада, алтернативна денс музика, рок, „нов“ фолклор. Наблюденията показват, че повечето текстове подхождат към темата през комичното, което варира от битовия хумор, през нецензурното до социалнополитическото“ (Баева, 2020).

Ето няколко от заглавията, вместени в аналитични категории от Баева: **Чалга и попфолк:** „И това ще отmine“; „Вирус и секс“; „Стой си вкъщи“. **Естрада и пародия:** „Кураж“, но това заглавие предизвика остри критики и подигравки поради апокалиптичния си тон: Имената на пародиите са, както следва: „В помощ на българската естрада“; „Кур-яж“. **Фолклорни мотиви и образи:** „Коронавирус“, „Извънредно положение“, „Ужас“, „Как ще звучат народните песни в недалечно бъдеще“, „Остани вкъщи!“. За по-подробно вж. самата статия.

Тя заключава, че: „Всичко това позволява да допуснем, че пандемията от COVID-19 по своеобразен начин активира и изважда на повърхността традиционни представи, унаследени модели на културно реагиране и фолклорни образи, които българинът все още носи у себе си като пасивно знание. Може би в период на криза той търси опора в наследството на предците си и в собствената си национална идентичност, макар и с известно пародийно отстранение“ (пак там).

Може да се приеме, че в момент на криза хората стават поконсервативни и се обръщат към апотропейно-терапевтичните символи на миналото – поне формално. Символът е нещо в близкото и далечното пространство, дезинфекцирано от реални телесни импликации, но „обозначава особена форма на договаряне между две страни, които нямат в себе си в достатъчна степен общо основание за единение и затова прибягват до създаването на трета, самостоятелно съществуваща действителност“ (Динева, 2015: 55)⁴. Така е и в

⁴ По-долу авторката цитира Ж. льо Гоф: „Символът е знак за договор. Той е намек за изгубеното единство, той напомня и извиква една висша и скрита реалност“, цитирайки Ж. Льо Гоф, *Цивилизация на средновековния Запад*, Агата.-А, София, 1999, с. 379. В контекста на темата: „миналото“, което е преди COVID-19.

нашия пандемичен контекст. Зове се повелително „човешкото“, но в абстрактен смисъл,⁵ който е планетарно разположен (на дистанция)

Самата артикулация, която реконструира миналото (срв. с извода на Баева), изобретява една друга реалност и така става символ, произведен в сегато, който може да е антагонистичен спрямо суровата бруталност на ‘реалното’ – вж. напр. краткото обяснение на Жижек относно анаморфозата и обективността на „действителността“ (Жижек, 2010: 56 – 57).

Този символ, коренно различен от миналото си, от желанието му образ, процесуално се обрича на промяна от пандемията. Така се мистифицира и романтизира изгубеното плавно „единство“ на всекидневието – и мисля, може да се допусне, че ‘нематериалното културно наследство’ има статут на ‘висша и скрита реалност’, която ноуменално регистрира една всеобща носталгия за миналото. Това е видимо поради факта, че трябва да се **призове** (и поддържа) от субекти с тела (а това вече е процес), даже и да е променен и затруднен процесът (срв. с другите два примера от сборника, които показват социалната природа на нематериалното културно наследство, което все пак е *комуникация*; даже и да е променена от пандемията) или да има „прости“ социални измерения: „целта е друга, нищо не е на всяка цена ... тук хората идват да си разпуснат, да си се видят“, извадка от терена на Юлия Попчева, която цитирам по-долу, събеседничката ѝ е на 23 години.

„Целта е друга“, това показва динамичните измерения на „нематериалното“ и неговото практикуване. То няма еднозначна функция, то се проявява по различни начини. От англ.: intangible – виждаме, че синоними са (четейки от Oxford dictionary): Impalpable, untouchable, imperceptible to the touch, non-physical, bodiless, incorporeal, unembodied, disembodied, abstract, invisible, ethereal, insubstantial, airy, aerial, spiritual, **ghostly**, **spectral**, **phantom**, wraithlike, transcendental, unearthly, supernatural, immaterial, unbodied, discarnate, disincarnate, **phantasmal**. Виждаме все трудно уловими категории. А тези, които съм ги болднал, срв. с бележката на Жижек.

Това трудно уловимо нещо, което е нематериалното (културно наследство) – от него зависи колко е „висша“ тази реалност – зависи изцяло от ценностната система на дадения субект или култура, а това е невъзможен процес, с невъможна претенция за завършеност, но поне „трудно уловимостта“ е красноречиво осезаема. Това е красив парадокс.

⁵ Тук могат да се изброят редица проблематични казуси: („изгубеното“) минало, което е било преди пандемията, неолибералният хуманизъм (и повърхностната му обвивка: virtue signaling), който е твърде абстрактен, комплементиран и манифестиран с разностранните постове, придружени от сугестивни хаштагове, вж. напр. facebook – първите четири месеци навътре в пандемията. Това е ситуацията в бегъл, повърхностен покултурен аспект, а в аналитичен аспект, мисля, проблемите са пространствени и

– и ако се приложи твърде силно в даден локален контекст, би било проблематично. „Човешкото“ не е *еднозначно*: пространствено, индивидуално, социокултурно и т.н., но миналото му, видяно през COVID-19 (преди и след), напротив, настоява за обратното, това е опасно и интересно, защото кое е точно това (наше) минало? Какво става, когато се реконструира? Ще използвам кризата от пандемията, за да изследвам потенциалните импликации от това желание. Това ще е другият важен момент, прокрадващ се из рефлексииите ми в статията. Да продължим с анализа.

Но това, което Баева намира в новосътворените песни, не е просто риторичен жест (по Гинзбург), зареден със символични повели, достойни за подценяване, онагледяващи проблемите на света – преди COVID. Антропологията, която тя прави, е важна, защото тя намира в „чалгата“ (посочвам чалгата тук, защото тя е с „голям“ обх-

емпатични (това ще бъде развито по-долу), но все пак вж. проблематиката, поетично обходена от Карло Гинзбург, който цитира Аристотел и превежда примери от Дидро (Гинзбург, 2016: 304 – 307). Също така, в един друг аспект: *комфортът*, свързан с горните проблематики, е описан конкретно и притеснително от Нина Николова, която със Сенет и Бенямин (вж. бележката на с. 103 – 104) разглежда неговите ефекти: „В логиката на Сенет комфортът е противопоставен на болката. Сравнявайки средновековния и модерния град, той, бих казала, съпоставя ‘града на болката’ (доколкото той е обитаван от непрестанно смесващи се, съприкосновяващи се, буквално триещи се едно в друго тела) и „града на комфорта“ (населяван от индивидуализирани, изолирани, отделени в себе си, затворени в черупките си тела). И за разлика от града на болката, който ражда телата на състраданието, градът на комфорта аналгетизира телата, но за сметка на това ги прави неспособни на съчувствие; епатията се е превърнала в апатия“ (Николова, 2020: 104 – 105). Сдвоявайки това с разбирането на Бенямин, че „комфортът изолира“ (пак там). Положението е наистина трагико-апатично, трябва да си призная собствения си принос към тази теза: не искам да променям комфорта (по-скоро рутината) си заради пандемията – искам да съм изолиран, включително и от мерките, но ако не ми „пречат“, мога „спокойно“ да продължа с апатията си към тях, но и към града, който може би вече е „град на цвета“ – удобна категория за бъдещи сегрегации, уповаващи се на цифри, а не хора – с техните нормални нужди и идиосинক্রазии. Проблемът е наистина дълбок, защото това дава удобен фон, на който всеки може да бъде като дисидент или най-малкото да бъде патологизиран....

ват⁶) „моментна снимка⁷“ на репресираните чревни и духовни тегиби, породени от пандемията – компостирани⁸ в лириците на песните; имплицитно и експлицитно, препращащи към миналото, се превръщат в мощни символи, предизвикани, обковани и солидирани от рефлексивна носталгия. С думите на Баева: „Така устойчивият фолклорен мотив присъства имплицитно в текста и добавя известно философско измерение в иначе непретенциозната чалга песен⁹“ (пак там).

Но в аналитичен аспект може още да се продължи. От Фройд знаем, че ‘културните идеали’ са създадени от/с различни (протезни) инструменти, които стават символи и са мощно утешително и/или (и)мобилизиращо средство, което стабилизира Аз-а¹⁰. Но това

⁶ Вж. и срв. с Лозанов (2020: 162 – 165). Той пише, че 48% от хората слушат чалга в България.

⁷ „На практика, макар и без особени претенции, песенният текст прави бърза „моментна снимка“ на необичайната пандемична ситуация и съпътстващите я мерки на правителството, като изразява в хумористичен дух тревогите и надеждите на голяма част от българите“ (пак там).

⁸ Имплицитното (и последвало) „ферментиране“ на лириците е крайно показателно за постоянната промяна на всекидневието (в нашия случай – в пандемичната култура), от регистриране на промяна до апокалипсис към хумор, вж. анализираните лирики в статията на Баева или споменатите заглавия на песните тук.

⁹ Още малко: „Всъщност тези текстове развиват по-ранен фолклорен мотив, който се среща и в български народни приказки. Сюжетът, известен в специализираната литература под заглавието „Болен от мисъл“ (КБП *894А), е следният: „Царска дъщеря боледува, измъчвана от лоша мисъл, никой не може да я излекува. Стар лечител препоръчва да ѝ направят пръстен с надпис „Всичко, което е било, е минало; и това, което ще бъде, ще мине“. Царската дъщеря поглежда надписа, когато изпада в лоши мисли, и така си възвръща жизнерадостта“ (пак там). С други думи, преходността (миналото) играе сериозна терапевтична роля, но това е само момент от потенциалните ефекти, които може да има „миналото“.

¹⁰ Веднага казвам, че това е феномен (маската напр.) самбивалентен характер, рядко само оптимален – като протеза е, която се слага при нужда и после става досадна или чудовищна (Фройд), за по-подробно вж. Фройд, З., „Неудовлетвореността в културата“, във: Фройд, З., *Текстове за културата*, С., 2019, ИК – Критика и Хуманизъм, прев. Нина Николова, с. 115 – 117. Важно е да се спомене, че символите имат и разделителна функция, която лесно може да придобие антихуманен дискурс. Маската е един такъв протезен символ, който зове човешкото в новия му абстрактен хуманизъм.

е на индивидуално ниво, на по-широко – социологическо, ниво на лице са няколко затормозяващи фактора и променливи. Всекидневието (такова, каквото „трябва“ да е) е пронизано от едно постоянно *ставане*, и по-точно – неговото поддържане; не е трудно да се приложат рефлексите ми от под линията с Ж. льо Гоф и ‘културните идеали’, но това ще означава, че реалността е парадокс, който репродуцира психози и константни антагонизми. ‘Миналото’ е нематериално културно наследство, защото, припомняйки си го, ние го връщаме, перформирайки го – го **уплътняваме**, (но и налагаме) съживяваме. Но се и (ин)формираме от него, нематериалното формира материалното.

Що се отнася до нематериалното културно наследство, пандемията създаде и създава видими променливи в праксиса на социокултурния живот в България¹¹. Това е видимо само от първия пример, но начинът, по който го правим, е свършено (изглежда) диалогичен с миналото. Миналото *par excellence* е свързано с нематериалното, с отношенията, които използваме като мост, свързващи острова на минало-то с острова на сега-то. Тук може да се прокрадне и един ортодоксален психоаналитичен момент, а именно, че „(минало)то¹²“ ни кара да мислим и правим нещо (невинаги обвързано с общоприетия морал):

„За да разберем То, трябва да осъзнаем смисъла на такива ежедневни изрази като „Струва ми се“..., „Нещо ме кара да...“, „Обзема ме...“, „Иска ми се“ и др., в които присъства безличното непознато ТО, което не можем да разберем какво е, но е ясно, че ТО определено има власт върху нас и е иманентна част от нас, която [е] дълбинна и доминираща“ (Иванов, 2010: 46).

Съгласявайки се, предлагам и обвързвам ‘**миналото**’ с ‘**ТО**’, което е обект на (не)осъзнато¹³ (по-точно – (не)съзнавано) търсене, в

Разбира се, не изключваме и новите методи за контролиране на вируса, които – не толкова парадоксално – контролират и телата ни: ваксини, антигенни тестове и PCR, но те няма да бъдат обект на анализ в тази статия, само маската.

¹¹ Съдейки по лириците от песните.

¹² То **показва** (едно) минало като вид проява, легитимираща се ретроактивно.

¹³ Съзнателното търсене на нещо предполага ясна интенция, но която, разбира се, не е защитена от мините на миналото. В книгата си *Културна антропология: История на идеите* Н. Папучев прави стегнат разрез на раз-

нашият случай – в най-широк контекст: всекидневието – нещото преди COVID. Това създава ситуацията, която има нюансите на една поговорка: *Да живееш в интересни времена*; направена реалност от едно същество (човека), тласкано от атавистичното желание за една

ностранныте казуси за ‘миналото’ – особено когато цитира Л. Деянова: „паметта не следва логиката на линейното време, на нормалното време, тя си има свое време [...] В този смисъл паметта – подчертават много автори – и историята са различни неща, защото паметта е винаги „сега“, тя не е репрезентация на миналото, тя не е аналитична, а е афективна. Тоест паметта, за разлика от историята, която се мъчи да улови миналото, да го направи разбираемо, е друг тип отношение към миналото – тя не е познавателен интерес към миналото, а е *интерес от идентичност*, както казва Мари-Клер Лафабар, интерес от знаци за колективното разпознаване и признаване (Папучев, 2014: 78). За по-пространно разглеждане на темата за ‘паметта’, ‘наследството’, ‘историческото’, а и ‘митологията’ вж. главата *Колективна памет* (ibid., 77 – 83). Но ето един концептуално-дескриптивен анализ относно процесуалността на паметта: „То [субектът на т.нар. колективна памет, италикантът е от автора] е между спомен и припомняне“ (Богданов, 2005: 170). Трябва да си признаем, че е доста сполучливо това „то“, което Богданов употребява, използвам момента да кажа, че различно (отчасти) от моята теза, но пак подчертавам – това съвпадение е оптимално продуктивно. Той продължава: „В дейността на паметта има статична страна – това е самият спомен, и динамичната страна – спомнянето, което завършва със спомен. (...) Има споменни операции на запечатване на нещо като спомен или на извикването му от паметта, които протичат мигновено и изглеждат предимно статични. Има обаче други, които траят и чието протичане може да се наблюдава. Именно за изразяване на тяхната динамика служат отлаголните съществителни „спомняне“ или „припомняне“, които позволяват да се разбере, че става дума за протичане, в чийто ход за някакъв субект се оформя някакъв спомен“ (ibid., 170 – 171). Богданов продължава и заключава, че „протичането е вид работа по оформяне на две идентичности – на спомнения образ с това, за което се отнася, и на субекта, който в хода на постигането на спомена утвърждава, но и променя своята идентичност. (...) Въпросът е, че при втория случай става вдвояване. Спомнящият си става субект на собственото си спомняне“ (ibid., пак там). За повече аргументация в тази посока вж. 170 стр. или цялата глава. Прилагам тези множествени наблюдения, за да покажа, че това не е изолиран, а и лесен за описание феномен – нематериален е, разбира се, че ще е...особено, когато има включени аспекти като тялото и пространството (Нанси), но за него – по-долу.

минала „хомеостаза“ – миналото¹⁴. Така сложено, *носталгията по (и чрез) миналото всекидневно създава пространства за много сложни желаниа, примесени с афекти*. Към другия пример:

Ансамбловото пеене:

2. От включеното наблюдение на Галина Луканова, която е диригент и помощник-диригент на два хора¹⁵, разбираме: „Поставе-

¹⁴ Разбира се, има много алтернативни версии на ‘миналото’, това е видимо от различните наследства, които го (при)зовават (теоретично погледнато през Богданов – с (някого или за)-**помнят**, при (някого, за нещо)-**помнят**, но това, което ме интересува тук, е самата императивност на този акт, повторемостта, която граничи с трудно доказуеми патологии, направени поне за момент от нематериалното (the intangible) културно наследство, респективно – миналото, проявленията му.

Но може да се проясни този казус, разгледан в превъзходния интердисциплинарен сборник: *Ritual and Its Consequences. An essay on the Limits of Sincerity*, с. 87, авторите пишат (цитирайки Марион Милнър, отразявайки, мисля, ирационалната и идиосинкретична страна на човека, който има нужда от символи, за да държи самата тъкан на реалността, ориентирам се в смътността, направена от нея; но в процеса поне за момент трябва да жертва обективността си – като в нашия пандемичен случай: за да замъгли, разпусне и реконструира други символи, заздрави – да даде ново значение. Това ново значение е гарантирано от строгата легитимация и авторитет на миналото (Ibid., 85 – 86).

За да задълбоча този феномен, ще препратя към ‘онтологическата Празнота’, експлицирана от Жижек (2010: 94), която има **аспекти**, вж. бележката му под линия ном. 54. Може да се предположи, че всяка артикулация (на съответното миналото) е брутална *врязаност* в сега-то чрез миналото, което може да създаде, както вече споменахме, трудни за дешифриране поведения, продиктувани от (минало)ГО, но все пак достатъчно съгъстени, че да бъдат посочени като такива. Това „ранява“ реалността, означаването ѝ, като това невинаги (пак повтарям, още веднъж) о-значава и вещае „добро̀то“ за мнозинството или за индивида, оказал се в това мнозинство – положението е трагично, за по-подробно в тази посока вж. *ibid.*, с. 29, и „Естетика и етика“ по-долу.

¹⁵ Важна информация за естеството на хоровото пеене, с думите на авторката: „Академичният хор „Света Параскева“ е младежки състав с разнообразен репертоар, обхващащ произведения от най-старите пластове на световната музика до съвременни творби, църковни произведения, фолклорни обработки и поп музика, както и песни на различни езици: английски, немски, италиански, испански, френски, шведски, норвежки, словенски, руски, украински, арабски, санскрит. С гъвкавата си политика по отношение на

ни в условията на социална изолация и невъзможност за работа на живо, много вокални формации представиха в интернет подобни проекти с изпълнение от дистанция на многогласна музика в различни жанрове. Проблем при подготовката на тези клипове е как да се уеднакви темпото на пеене. За целта се подготвя „основа“ от гласовете, записани заедно или поотделно, често с метрономно отброяване (или с музикален съпровод). Така всеки участник в този проект може, слушайки записа в слушалки и придържайки се към зададеното темпо, да запише своя глас. Друг проблем при записи от разстояние е различната по качество снимачна и звукозаписна техника на всеки от участниците – най-често камера на мобилен телефон или компютър“ (Луканова, 2020).

Изследователката продължава:

„Появиха се опити за налагане на правило за носене на маски по време на пеене, но маската затруднява както дишането, така и разпространението на звука. Опитът показва категорично, че маската не е решение за ансамбловото пеене. Топлото време през летните месеци създаде възможности за изяви на открито и някои състави, включително вокални ансамбли, осъществиха свои концерти. В същото време според Световната здравна организация пеенето продължава да е една от рисковите дейности за разпространението на вируса заради разпръскването на разстояние на секрети от евентуално заразени хора. Някои експерти наричат хоровете „суперразпространители“ (пак там).

3. От наблюденията на Юлия Попчева разбираме:

„Фолклорната формация „Старият чинар“ от Барселона първоначално ползваше публичната си фейсбук страница, но по-късно пренасочи репетициите си към затворена група (...) в репетициите можеше да се включи всеки, независимо дали преди това е бил част от танцовия състав. Така дори хора, които се намираха в България, участваха в живите включвания. Преминаването към закрити репетиции беше провокирано от множество негативни коментари на

състава (от камерна формация между 8 и 12 души до смесен хор от 40 певци) хорът участва в различни концертни и образователни програми и културни събития. Софийският камерен хор „Васил Арнаудов“ е създаден през 1966 г. и е един от елитните български женски хорове. Главен диригент на състава е проф. д-р Теодора Павлович (пак там).

външни за колектива хора, свързани с начина на преподаване. Те създаваха напрежение за защитаващите ръководителя си танцьори, стресирани достатъчно от самата социална изолация. Именно това доведе до преминаване на вариант със затворена група, само за членовете на състава. Отделно в Скайп се срещаха само напреднали танцьори, разучаващи нов хореографски танц, чието поставяне беше започнало преди коронавирус кризата“ (пак там).

Изследователката продължава:

„Наблюденията ми показват (...), че много танцови клубове прекратиха репетициите си, но членовете им продължиха да общуват активно в социалните мрежи. Такъв е случаят с група „Слънчогледи“ от Голуей, Ирландия, с група „Нашенци“ от Верона, Италия, както и с танцовите клубове в Тулуза и Монпелие, Франция“ (пак там).

По-нататък авторката обективизира явлението: „зона на комфорт“. Като с него описва т.нар. „виртуални танци“, които имат моментен дистресов характер, тя продължава:

„Виртуалното хоро“ на българите зад граница е един от начините за преодоляване на личностната криза, провокирана от социалната изолация. Със запазването на същия ден и час на провеждане онлайн репетициите са „сламката нормалност“ в едно радикално променено ежедневие – *ежедневие на очакването* (по Andits 2020)¹⁶. Те продължават да осигуряват така нужната регулярна среща на българите в очакваното време, макар и в променено пространство. Както казват самите танцьори, при танцовите репетиции в чужбина *„целта е друга, нищо не е на всяка цена ... тук хората идват да си разпуснат, да си се видят“* (от информаторката ѝ – **23 г., жена, танцьор в танцов състав „Гайтани“, гр. Бордо, Франция, Г. И.)“** (пак там).

Още един извод от авторката, който намирам за изключително важен, защото показва как нематериалното (чрез виртуалното) сплотява материално съществуващите тела на хората, практикуващи идентичността си, а и социалните си нужди:

„Българският народен танц по своята същност изисква колективно, а не индивидуално участие. Той събира хората, които се

¹⁶ Andits, Petra (2020). Waiting during the time of COVID-19. – Social Anthropology magazine, 28 (2), 220 – 221. Показвам цитираната авторка, защото се позовавам на „ежедневие на очакването“.

движат в общ ритъм, в еднаквост или близост на стъпката и по този начин създават единно и съвместно преживяване“ (пак там).

Така. Общото между трите примера са, разбира се, тялото, маската и пространството – в пандемичния им контекст, но и миналото, което се намира в наследството.

Телата на изпълнителите са преместени от физическото и са изолирани¹⁷ във виртуалното пространство. Вменена е нуждата от маска, която, както се разбира, трябва да се носи дори и когато пеят. Това вклучва тялото в една интензивно еротична¹⁸ ситуация, проявяваща се от всекидневни пандемични табута, които създават афективни противоречия. Симптоматично е и вметването на авторката, че хорозете и ансамблите, дирижирани, наблюдавани, а и обсъждани от нея, са „суперразпространители“ (на COVID-19) или поне концепцията претегля всички пеещи под тази категория. Ако се пренесем на едно индивидуално ниво: лаиците (т.е. хората, които не пеят в хор, но все пак могат да пеят, с други думи – да говорят) също се намират в сходна ситуация, т.е. останалите хора на планетата Земя. Аз и ти. Така:

Ако се вгледаме в „гласа“, то виждаме, че той е част от тялото и че го обвързва със света, но и с езика, без глас няма език, без език няма комуникация, а както видяхме от горните примери, в период на пандемия хората желаят да са в *комуникация*. Но това създава проблеми. Защото гласът сигнализира, движи, ехти и вибрира – контактува.

А това напомня за наличието на тяло, което в рамките на пандемията „трябва“ да бъде разредено и отделено, да е на отстояние (Николова). Гласът стряска, напомня и алармира, че има тела (предполага се, че са нагъсто или са поне две: на слушащ и говорещ) наоколо, а това е проблематично в новата пандемична култура. Най-малкото заради въздушно-капковия аспект, другият „трябва“ да бъде видян, че носи маска, естетиката става етика в споменатата нова култура. Като че

¹⁷ Не подминаваме опитите, които се правят за връзка чрез скайп или други социални медии, но те все пак бележат отстраняването на тялото, пространствено и физически.

¹⁸ Тук прилагам разбирането на Лакан, евристично артикулирано от Тим Теми (Tim Themi), вж. https://www.youtube.com/watch?v=v0S4JTr3VMM&t=1949s&ab_channel=TRAPARTFILM (27.10.2021).

ли остатъкът, нещото¹⁹, което виси в пространството, е уловено от „гласа“ (на нечие тяло) и може да бъде предадено нататък (към друго тяло). Този феномен е изследван от Младен Долар, той пише: „Гласът привързва езика към тялото, но природата на тази връзка е парадоксална: гласът не принадлежи на никое от тях. (...) Той плава и се носи, и носещият глас се е далеч по-непосредствено впечатляващ феномен от плаващо означаващо, *le signifiant flottant*, което е предизвикало изтичането на толкова много мастило. Той е телесна ракета, която се е отделила от източника си, еманципирала се, и все пак си остава телесна“ (Долар, 2010: 101). За още повече контекст вж. схемата на същата страница. Долар не е сам в това си твърдение, че ‘гласът’ има телесен аспект който аз мисля, че е така или иначе особено красноречив не само защото сме в пандемия. За повече контекст вж. мултиплицитния труд „*Тялото текст*“ на Петър Пламенов. Особено четвърта глава: *безплътните тела* (Пламенов, 2018: 299 – 385).

Онтология и епистемология: тяло, *intangibility* и COVID

Тъй като тялото е преходно, допускам, че може да бъде сметено и за нематериално, тъй като вялата му онтология бележи неговата слаба епистемология. Тялото е ентропично и смъртно. То се променя, оставя следи и „изчезва“.

COVID-19 предизвика и доказа – или по-скоро показа – тази преходност, отстранявайки летално, пространствено. Пък и създавайки нуждата от покриване на тялото (напр. с маска или карантина, изолация...), резултира в разностранни отстранения, поправки и аверсии (*aversion*). Мерките²⁰, взети срещу COVID, са аналогично и срещу тялото, целящи разреждането му, отсъствието му. Но тялото

¹⁹ Естествено, че имам предвид *object petit a*, но тук може да се прокрадне и някой трансфер от миналото, а и че самото наличие на тяло, което, както споменах вече, е сложен казус (който буди тревога), бидейки позициониран в новата пандемична култура като предполагаем носител на COVID. А за да бъде обуздано това друго тяло, има нужда от глас, а това „значение по дефиниция е адресирано към другия“ (Долар, 2010: 100). С други думи, има ли глас, има вече две тела, даже и в желанието и акта да бъдат разредени. Винаги има остатък, който седи и чака, къде като афект, къде като исторически момент, който чака да бъде наследен, припознат и задействан.

²⁰ Вж. Žižek, 2020: 112.

винаги е (на)лично²¹, вклетено в (с) (и зависимо от) нечия история, памет или, както ще видим по-долу – място. Тези категории се ползват с известна издръжливост в зависимост от тяхната вграденост.

Но нека направим една стъпка напред и приемем, че тялото „се разкрива динамично, то е вечно идващо и насрещно, предстоящо, то не е завършено, а се осъществява непрекъснато...“ (Пламенов, 2018: 108). Съгласявайки се с него, прилагам горните три примера, които показват, че хората искат да са в съприкосновение, *нещо(то?) ги кара*.

Пламенов продължава, регистрирайки парадокса на тялото: „Парадоксалността на тялото като ситуация, като озованост, като завършеност-незавършеност много добре подсказва какво всъщност изгражда тъканта на това функционално затруднение. Тялото е колкото шаблон, толкова и шифър, съвместимост и акциденталност, съвпадение и отклонение, нещо винаги налично, докато е живо в живостта и прави реалността повсеместна и прозрачна, достъпна – защото е код към нея и неин шаблон, но и шифър“ (Пламенов, 2018: 71).

Така, освен че се върнахме към първия подстъп от началото на статията, полагаме и една друга теза: **тялото е неосезаемо и неуловимо в своята си проява**: в отношението, което то демонстрира, оставя и завещава към света – разбрано като код, обречен да *не* бъде разбран в постмодерния свят. В този смисъл: ‘отношението’ е нематериално – не само защото не може адекватно да се оценности, а и защото не може да се кодифицира в достатъчно красноречиви категории, които да нямат хлъзгав характер: субективност, афективност, вменияване, трансфер, проекция; интерпретации, повлияни от алтернативно друго-то на сега-то, обвързани с другото²².

²¹ Безброй са примерите за животи, безвъзвратно засегнати и променени от пандемията. Масовата защита срещу COVID-19 лесно може да придобие токсични измерения, осезаеми само на индивидуално ниво. Още повече – пандемията сблъска всеки с тялото му, това може да събуди несъзнавани реакции спрямо тялото в тази „среща“, защото именно него искаме да обезопасим.

²² Това не е лесен проблем. Не може и да се подмине, напротив – *не може да се подмине*, защото: „Шокът е прозрението, че тялото остава винаги Друго-То в само Сво-ето“ (Пламенов, 2018: 314). Психичното и плътта, образували тялото, действат отделно и понякога се разминават. И като добавим и другите по-обширни (екстраполирани) психични системи: епохи, видени от история-памет, а пък последните – от общност, култура,

Тук е тайната на „промяната“, която *изглежда* „еднаква“ за всички тела – особено в пандемичен контекст, но просто не е така, само изглежда²³ така, но за това по-долу (в „Естетика и етика“), а казано иначе накратко – *отказ от индивидуалния проблем*.

*

Да се върнем обратно и да се опитаме да задържим хоризонта на темата, а именно: нематериално културно наследство.

Трябва да се отбележи, че нематериалното културно наследство е доста сполучлив фон, на който може да се намерят следи от тялото. Защото феноменологията на тялото показва, че **то** оставя култура, която да осъществява и след даденото тяло редица поведения²⁴, повели, цели и идеи²⁵, афекти²⁶ и образи²⁷, ставащи по разли-

нация, конфедерация, конгломерация и т.н. – цял корпус от проблеми, които се смесват едни други.

²³ Вж. Žižek, 2020, стр. 19 – 21.

²⁴ „Всеки е склонен да се съгласява поради съгласието на останалите“ (Дъглас, 2005: 75).

²⁵ Култивирани от ‘социално-антропологическата действителност’ (Живков): „Явно е, че наследяването на тази действителност, и участието в нейното съхранение или трансформация, и предаването ѝ в „наследство“ на приемниците е живата верижна връзка между поколенията, благодарение на която човечеството има памет и цели“ (Живков, 2001: 97).

²⁶ Особено важен е този момент, красноречиво експлициран от Н. Николова, която цитира Мамардашвили: „И този път съвсем не е безболезнен. Извървяването му белязва човешкото същество, оставя следи, рани, които, ако не прераснат в невротични или психотични разстройства, формират неговите характерологични особености. С други думи, онова, с което човек не се е справил, препятствията, които не е успял да преодолее, бива изтласкано, забравено и отложено в несъзнаваното“ (Николова, 2020: 34 – 35). Ето и позоваването: „В този смисъл Мамардашвили твърди, че несъзнаваното е несбъдналото се: „Всичко, което не се е сбъднало и което иска да се сбъдне. Миналото е необратим елемент от настоящето... Миналото е онова, което още не е било... На него все още му предстои да се случи“ (ibid., 35).

²⁷ Споменах горе, че тялото, особено сега, е отстранено от физическата (минала, преди Covid-19) пространственост, става все по-силно в образ, а това дава възможност: „Образът (да – б. м., Г. И.) подчинява и субституира действителността, изсмуквайки жизнения ѝ ресурс и представяйки се като втора, по-плътна, по-наситена и следователно по-истинска и същностна

чен начин²⁸. Този феномен е регистриран от различни изследователи в полето на хуманитаристиката.

Следи от праксите на тялото

То се разлива, репродуцира, секретира, дезинтегрира, сегрегира, сортира, интегрира, интернализира и при опасност – дезинфекцира или както видяхме от примерите с **виртуалното хоро, академичните хорове и ансамбли и съчиняването на песен** – то се записва и дигитализира, т.е. *тялото става образ на самото себе си*. Така страним от него и от ‘миналата’ му култура, променяйки го, наблюдавайки го, с една почти неосъзната дистанция. Дистанцираме се от това, което не искаме да приемем, отместваме се от него – тялото, превръщайки го в образ, единствено приемлив, ако е в нова форма²⁹. А това произвежда нови контексти.

Именно тялото „съдържа“ нематериално културно наследство, разбира се, ако приемем, че **и** телата, произведени от и с COVID-19, са агенти на нематериално културно наследство³⁰, което кара ‘тялото’ и другите тела около него да се държат по „особени“ начини³¹.

Да има различни режими на живот, вменени от мнозинството (повлияно от COVID-19), които, формално погледнато, са наистина заради **мнозинството**. Цялото това пандемично преживяване, из-

действителност (...) образът така става надарен с хиперсилата на по-голямата действителност, която приватизира и окупира истината, смисъла и свободата те да бъдат познавани, във от това знание-наглед, което той щедро предлага-разпръсква, но само така, в точно този и никакъв друг модел-начин“ (Пламенов, 2018: 344).

²⁸ „Миналото е това, което не е, и не е това, което е. *Истинският модус на миналото е ставането*“ (Бояджиев, 2020: 80).

²⁹ Медикализирано, маскирано, ваксинирано, карантинирано, изолирано и т.н.

³⁰ Образът на Ернан Кортес – като идеален пример, мисля, е достатъчно красноречив, като пример за (насилствена) **промяна** на пространство, култура – памет, история, политика, микротела, и най-вече – **жизнен статус**, но разликата в нашия (пандемичен) контекст е, че всеки един от нас има потенциала да бъде той.

³¹ Разбира се, няма нищо естествено (Жижек) или разбираемо в желанието нещо да бъде извършено – било то в опасна среда, или в безопасна среда, но все пак има безброй примери за обратното. Не морализирам, просто „моралното“ (човешкото) е променливо и паралаксно.

пълнено с парадокси, мисля, създава нова култура – пандемична, а в пространството ѝ тялото получава възможност:

Да остане **пасивно** и да се спаси – себе си и друг, но и да се задъха социално, а и буквално. Или да бъде **активно** и да убие или да бъде убито, просто съдействайки на вируса. Чрез следните сценарии: да се зарази от някого, да зарази някого, да се предпази, да се замаскира, да не навигира в пространството, т.е. да го обезопаси, и най-вече да се изолира. Все ситуации, изпълнени с висок индекс на „вкрязване“. Има нужда само от два субекта, които са на различно мнение или различен здравословен статус.

*

Напомням, че пространство може да бъде и тялото; и то е обитаемо пространство за неизброимо количество микротела – пандемията ни показва това по особено болезнен начин. Тялото не е недосегаема или самодостатъчна монада, а сгъстен момент, който „чака“ да „бъде“ – да се сподели, разпръсне, изпее или изтече – „да се случи“³².

Още повече. Самият избор да си в един от сценариите, които споменах, задава ход на амбивалентното, което предстои да обитава нечий живот, подхранвайки т.нар. *ежедневие на очакването* (по Андис). То променя и естетическото преживяване, което невинаги е красиво или приятно³³ – да видиш тълпа от хора, които са с маски или без маски, да ги следиш. Приемането или отхвърлянето на това, мисля, създава напрежение.

Пространство и места

Местата, които тялото е замислило да обитава, може да се предположи, че са **планувани места**; места, които са в „капан“. Етимологичната находка на Жан-Люк Нанси е много продуктивна за този аспект. Той пише, че някога:

„Имало е космос, свят на разпределените местоположения, места, дадени от боговете и на боговете. Имало е *res extensa*, при-

³² Тялото е смърто-носно, то носи смъртта (си) (и аналогично с другите неща, които носи в жив контекст), която чака да се случи. Разбира се, в пандемичен контекст този процес се мултиплицира.

³³ Не бих се учудил, ако има засилване на чувството за клаустрофобия в планетарен мащаб. Това несъмнено ще повлияе на представата относно що е то ‘пространство’, ‘комфорт’ и ‘нормалност’.

родна картография на безкрайните пространства и на техния господар, инженера конквистадор, лейтенант [*lieu-tenant*, букв. „место-държец“]³⁴ на изчезналите богове. Сега идва времето на *mundus corpis*, светът като пролифериращо тълпене на местата (на) тяло(то)“ (Нанси, 2003: 48).

Това Нанси го пише още през 1992, а сега сме 2021 г. И май *световният свят* принадлежи на пандемията или по-скоро на ‘телата’, произведени от пандемията, с които трябва да се съобразим... с тяхното место-държане. Или поне да се справим по някакъв начин (напр. попадайки в един от гореспоменатите сценарии) с окупатора: тяло-то-(на)-друго-то същество, което е извън нас, но все пак в неизбежна проксималност. Как да се справим с тази дилема, в която труд-но се улавя „правилното“ отношение спрямо другия? Трагично е³⁵.

Естетика и етика

За да влезем в тези ‘планувани места’ или места, в които (ще се) ‘тълпят тела’ (и ще станат пространства пак – по Нанси), ни трябва ‘маска’. Маската се превърна в интенционален и пропускателен обект (да не кажа атрибут), и то в планетарен смисъл. Последниците от това са интересни, защо? Защото функциите на този обект стават множествени, *а това означава, че имат силно културно влияние*. Тя е признак за стабилност, билет за достъп, а и директно показва, че субектът, който я носи, изпълнява и вярва в зададените норми (в този смисъл той не е „опасен“). Още повече – показва каква е неговата група: с маска или без.

Положението като такова е трагично в смисъла, експлициран от Исак Паси: „Такава ситуация се превръща в конфликт, когато две

³⁴ Добре, че и тялото изчезва, че да може да има други места, за други лейтенанти. Нанси има интересната теза, че не е имало места, които да са преди телата (Нанси, 2003: 49). Може да се свърже и комплементира тази теза от създалата се **пандемична култура**, тя съдържа пространства, които могат да се навигират само и единствено с маска (телата, които са с маска, се приемат, а другите, без маска – не чак толкова, т.е. маската е *единият крак вътре* в пространството), разбира се, има и други усложнения – ваксинация и притежаване на сертификат, но маската е новата (колективно) приета онтология.

³⁵ Вж. анализа на Домозетски, В. Глобализацията в условия на кризи: чужденецът вирус и вирусът чужденец. В: *Етнология и епидемии социокulturни измерения на пандемията от COVID-19*.

страни се изключват абсолютно, така че осъществяването на едната става само за сметка на другата“ (Паси, 1963: 155). Това, естествено, е само общото и най-очевидното, но и най-видимото – при колизията на две гледни точки (с маска или без – в нашия случай). Изборът, който сме заставени да направим, ни трагизира, защото изема и редуцира нашите мотивации, които невини са **прости**, именно тук е трагичното, маската изобретява и ни слага – показва(!) – „нашата“ „интенция“³⁶. Това е насилие, породено от (винаги липсата на) контекстуалното (т.е. индивидуалното или разбирането му като ирелевантно).

Апоричен извод...

Пространството, а и местата в него, които са обитаеми от тела, са във **формално** „заклучено“ състояние в новопроявилата се пандемичната култура. Маската ги „отключва“, но и пречи (или поне влияе трансформативно) на миналите им (преди пандемията) културни реалии.

Самата артикулация и експонация на неуловимото (каквото и да е то: наследство) чрез телата ни, повлияни от пандемията, показва, че има сериозна промяна във всекидневието ни (видяно вече като минало) и отношението ни към него (Žižek, 2020: 14).

По-конкретно, но не толкова...

Самият факт, че правим това, което сме правили³⁷ в миналото, доказва, че сме ритуално същество, но това е сложно, а и леко недоказуемо твърдение. Защото, както споменах, като добавим тялото, пространството, а и маската, плюс миналото, се появяват сериозни усложнения. Тялото е странно, аморфно³⁸, временно стабилно и

³⁶ В публичното пространство това се проявява като брутален антипсихологизъм, който е легитимиран от „естествена“ (разбира се, че ще сложа кавички, никой не знае какво е естествено) интуитивност.

³⁷ Няма нищо естествено в което и да е човешко желание (Жижек). Практически е неуловима логиката, която е зад приемането или отхвърлянето на някой ритуал или действие.

³⁸ Расте и умира, променя се, както вече се спомена, но в жизнената си пластика може да се променя: естетически, хормонално, полово, сексуално, променя материята си, която несъмнено е повлияна от *нещо*, освен изброените тук. *Влиянието е нематериално.*

онтологично слабо, но може да се репродуцира; не само в биологичен, а и в транскултурен смисъл, т.е. да създава образи, които после да бъдат притегателни и трансферни „черни дупки“³⁹. Ако, разбира се, бъдат припознати като годни за наследство. Може би това е нематериалното⁴⁰: не-миналото, което чака да бъде⁴¹. *От ноумен във феномен*⁴².

Другите три елемента просто осцилират и променят естетически процеса в хода на проявлението (феномена), а това е драматично и „вкривяващо“. Особено за индивида, вклучен в тази осцилация, независимо дали осъзнато приема, или отхвърля наследство (ноумена). Този индивид става субект, връхлетян от арогіа.

Странно**То (не)желание**: тялото, редукция... трансформация? Еманация?

Още малко за психичното, което е (не)уловимо(?):

³⁹ Вж. Нанси (2003: 71 – 72).

⁴⁰ Естествено, имайки предвид цитираните автори отгоре.

⁴¹ Паскал Киняр е прав, когато пише, че „видимото воюва с невидимото. Но само видимото блести. Само неговата победа блести, защото даже и поражението му блести. Трябва да се помисли по това: **Победата на невидимото не блести**“ (Киняр, 2017: 51). Как тогава, питам аз, ще разберем нечие желание, което е скрито, невидимо, чакащо – кое от разностранните образи на минало-то ще бъде избрано....? Впрочем също мисли, че: „Миналото е пълно с мании и препълнено с желания в сянка“ (ibid., 33).

⁴² Тук импликациите са особено тъмни: „*Нашата свобода устоява само в пространството между феноменалното и ноуменалното*. Следователно Кант не ограничава причинността само до феноменалната област, за да утвърди, че на ноуменално равнище ние сме свободни автономни дейци: ние сме свободни само дотолкова, доколкото нашият хоризонт е този на феноменалното, доколкото ноуменалната област остава недостъпна за нас“, пише Жижек (2010: 51). Запитвайки се: „Дали изходът от това затруднение не е в това да твърдим, че сме свободни, доколкото сме ноуменално автономни, но нашата познавателна перспектива остава ограничена до феноменалното равнище?“ (ibid., пак там). Жижек предлага стряскащ отговор: „То би било да знаеш всички неотменими ужасяващи последици от избора на злото и *въпреки това да го избереш*. Това би било едно наистина „непатологично“ действие, действие на действие без отчитане на собствените патологични интереси...“ (ibid., пак там). Тук е интересно, защото в пандемията ние сме точно в една такава ситуация: феноменално знаем, че може да заразим някого или да се заразим, но все пак го правим, подтикнати от **желание.....То, тоест от нещото в ноумена**.

„Фройдисткият „субект на Несъзнаваното“ възниква само когато един ключов аспект на феноменалното (себе) преживяване на субекта (неговата „фундаментална фантазия“) стане недосегаем за него, т.е. е „първично изтласкан“. В най-радикалната си степен Несъзнаваното е недостъпният феномен, а не обективният механизъм, който регулира моя феноменален опит“ (Жижек, 2010: 350).

Това, очевидно е така (особено погледнато през призмата на миналото и паметта, те като че ли имат интелектуалистски примат), но какво става, когато приложим и пандемията към това? Не се ли комплементира това ‘първично изтласкване’? Тялото е избутвано, разреждано и изтласкано отдавна. Изглежда, че в кризата от пандемията се стига до извода, че има твърде много тяло?! Пандемията отправя призови към тялото и така, както видяхме, най-малкото го прави в образ, отстранен от себе си. Но мисля, че има и обезтелесяващ ефект, който е с несъзнаван фундамент. Самата психичност като че ли „иска“ да се освободи от тялото, пандемията е поредният медиум. Жижек продължава:

„Нима не е *това* същинският парадокс на фройдисткото Несъзнавано – че то обозначава начина, по който нещата „действително се явяват“, отвъд явлението им в съзнанието? Без ни най-малкото да бъде изместено от по-късното децентриране на науките за мозъка, фройдисткото децентриране следователно е много по-тревожно и радикално от по-късното, което остава в границите на простата неутрализация: то открива една нова област на странните „безсубектови феномени“, на явленията без субекти, на които да се явяват: едва тук субектът „не е господар в собствената си къща“ – в къщата на самите му (себе)явявания“ (ibid., 351).

Именно и тук, мисля, се проявява миналото, в безсубектов аспект, но едва тогава е открито, когато е материално или образно явено – през тяло, което очевидно иска друго – колкото и (парадоксално) разрушително да е то към телесното. *Нематериалното е около (или срещу?) материалното, връзката е сложна, когато плътта има желание да бъде друго.*

Този импулс – да караш тялото да става все по-нематериално, в един смисъл по-издръжливо, е анализиран и от Пламенов (2018: 431). и от Николова: „Една от типичните критики на усилването на човека е насочена към изчезването на тялото при постчовека, на телесната материалност, която се заменя от виртуалната реалност.

Според Катрин Хейлз например днешната теория поставя информационния модел по-високо от материалното възплъщение, така че нашето възплъщаване в биологичен субстрат се разглежда по-скоро като историческа случайност, а не като неизбежност на живота“ (Николова, 2020: 113)⁴³. Николова заключава, че „надянали тези скафандри от удоволствие“⁴⁴, ние вече сме безтелесни. Ние сме екзоскелети. Анастезирани, анализирани, наслаждаващи се, дебелокожи екзоскелети“ (ibid., пак там).

Изглежда, че То желае това, съдейки по факта, че има огромен патос да се върнем към миналото, което сякаш предлага една (фалшива, ерзац и) образно нематериална и следователно безсмъртна утопична актуалност, солидирана от удовлетвената афектна идиосинкразия, която е уловима чрез принципа на удоволствието.

Даже бих казал, че това е едно странно *ad hoc* желание, удължено от зигзаговия принцип, на който е обречен всеки един човешки живот, а именно – да създаде значение, да означаи и да изпита удоволствие от този странен момент, да *рани* реалността, да я промени (вж. бел. 14) или да промени себе си в процеса и тялото си, *това е психичното, направено външно*.

В светлината на регистрираното, анализираното и гореизказаното може ли да се допусне, че тялото – *(о)ставането на тялото*, е в отказа му: в желанието да бъде безтелесен вид?⁴⁵ Това ли трябва да търсим? Нематериалното, неосъзнатото, невъзможното: безсмъртието на образа, недосегаем от пандемия и ентропия, който подтиква към все по-актуален (психичен) атаквизъм? Това ли е образът, който сме си създали, който трябва да самонаследим? Това е *митология*, която се храни от странен *death-drive* (по Жижек), който се повтаря и изменя, докато не получи (може би) това, което миналоТо

⁴³ Вж. също така нематериалните аспекти на материалното, открити във втората глава на книгата *Noli me tenere*.

⁴⁴Значи тук може да е повратният момент: *в желанието (което доставя удоволствие от постигнатата цел?)* то свързва ‘миналото’, ‘тялото’ и ‘психичното’ и отгоре на това е и *нематериално*, но едновременно се проявява и като *материално* – чрез плътта ни и сетивата ни.

⁴⁵ Как иначе да си обясним желанието за необвързаност с ентропична материя, която изгражда тялото? И всичките скрити носталгични патологии, които това желание носи? Особено в рамките на пандемията.

иска: нематериалното, направено материално...но не мъртво, а с друга онтологическа плътност.

Може би тялото – още повече заради пандемията, ще се дигитализира, ще стане образ: *миналоТО*, което ще си припомним като материалното, което искаше да бъде нематериално от камбанарията на безтелесността? Но в този си вид все още телесното (о)става далечен пиксел, който *иска* да е епистемологично единствен. А това вече е проява на хюбрестична символичност, която (желае да) става точно трета действителност, удържаща две състояния (материалното и нематериалното) върху плоскостта на едно понятие: тялото. ТО е паралаксно в алчността си и агресивно иска да не е това, което е: минало. Това (минало)ТО иска да се измъкне от тялото....

БИБЛИОГРАФИЯ

- Баева, В. (2021).** *Коронавирусът като муза. Новото песенно творчество, вдъхновено от COVID-19; неговите фолклорни измерения.* В: Етнология и епидемии социкултурни измерения на пандемията от COVID-19 (съст. Баева, В. и Ангелина, И.) София: Академично издателство на БАН „Проф. Марин Дринов“.
- Богданов, Б. (2005).** *Отделно и заедно.* София: Планета 3.
- Бояджиев, Ц. (2020).** *Историко-философски изследвания, том II. Средновековие 2; Августин и Декар; От Плитон до Висарион Статии.* София: Изток – Запад.
- Гинзбург, К. (2016).** *Дървени очища. Девет размишления за дистанцията.* Критика и хуманизъм. Прев. В. Калинов и Т. Петков.
- Долар, М. (2010).** *Само глас и нищо повече.* София: Алтера. Прев. Г. Илиев.
- Домозетски, В. (2021).** *Глобализацията в условия на кризи: чужденецът вирус и вирусът чужденец.* – В: *Етнология и епидемии социкултурни измерения на пандемията от COVID-19* (съст. Баева, В. и Ангелина, И.). София: Академично издателство на БАН „Проф. Марин Дринов“.
- Дъглас, М. (2005).** *Чистота и опасност.* София: ИК ЛИК. Прев. Д. Колева.
- Живков, Т. И. (2001).** *Етническият синдром.* Пловдив: Пловдивско университетско издателство.
- Жижек, С. (2010).** *Паралакс.* София: Алтера. Прев. Е. Стоянов.

- Иванов, П. (2010).** *Приложна психоанализа. Том I. Концептуални основания на приложната психоанализа.* Русе: ИК „Ахат“.
- Киняр, П. (2017).** *Скитащите сенки.* Плевен: Леге Артис. Прев. С. Лекарска.
- Лозанов, Г. (2020).** *Земното щастие.* София: Фабер.
- Нанси, Ж.-Л. (2003).** *Корпус.* София: ИК ЛИК. Прев. Б. Манчев.
- Николова, Н. (2020).** *Excrementum: сетива на близостта.* Критика и хуманизъм.
- Папучев, Н. (2014).** *Културна антропология: История на идеите (лекционен курс). Том I.* София: Университетско издателство „Св. Климент Охридски“.
- Пламенов, П. (2018).** *Тялото текст.* София: Университетско издателство „Св. Климент Охридски“.
- Попчева, Ю. (2021).** *Виртуалното хоро. Групите по народни танци зад граница по време на епидемията от COVID-19.* – В: *Етнология и епидемии социокултурни измерения на пандемията от COVID-19* (съст. Баева, В. и Ангелина, И.). София: Академично издателство на БАН „Проф. Марин Дринов“.
- Луканова, Г. (2021).** *Предизвикателствата пред ансамбловото пеене в условията на пандемия.* – В: *Етнология и епидемии социокултурни измерения на пандемията от COVID-19* (съст. Баева, В., и Ангелина, И.) София: Академично издателство на БАН „Проф. Марин Дринов“.
- Фуко, М. (2016).** *Генеалогия на модерността.* Изток – Запад. Прев. В. Градев.
- Seligman, A. (2008).** *Ritual and Its Consequences: An Essay on the Limits of Sincerity.* New York: Oxford University Press.
- Žižek, S. (2020).** *PANDEMIC! 2.* New York and London: OR Books.

ИНТЕРНЕТ ИЗТОЧНИЦИ

https://www.youtube.com/watch?v=v0S4JTp3VMM&t=1949s&ab_channel=TRAPARTFILM (27.10.2021).

INTANGIBLE CULTURAL HERITAGE: (BODY) MASK AND SPACE (PANDEMIC CONTEXTS)

Georgi Ivanov

Regional Historical Museum – Pazardzhik

Abstract: The text examines the changes caused by the pandemic of intangible cultural heritage through four prisms: the body, the past (which is inherited), the mask and the space. Their variable parameters explicated by the pandemic, their theoretical and practical phenomenology are examined. Through them, three spheres of the intangible cultural heritage are considered: creating a song, dance (horo), singing in a choir and an ensemble. Based on them, theoretical reflections are carried out, reaching the conclusion that the body becomes an image of itself (recorded, watched and listened to), being isolated and displaced in the newly created pandemic culture. From this: the “body” placed in this process “grafts” the psychic into the new culture. This makes everyday life dramatic and tragic, because every day is formally a collision if the body does not have the necessary “attributes”. This - the article muses, using different analytical angles to look at these “rubbing against each other” phenomena - leads to the unconscious desire to disembodiment or (re)turn the body into a desired image from the past(s).

Keywords: *the thing that has a past, intangibleculturalheritage, body, unconscious, inheritance*

ГРАДСКИТЕ НАРАТИВИ КАТО ЕЛЕМЕНТ НА НЕМАТЕРИАЛНО КУЛТУРНО НАСЛЕДСТВО

ас. Васил Караджов

*Институт за балканистика с център по тракология – БАН,
Пловдивски университет „Паисий Хилендарски“*

Резюме: Текстът прави кратък преглед на системата от правила, закони, документи и институции, свързани с нематериалното културно наследство в България, като търси в тях мястото на устните традиции и форми на изразяване. За разлика от традиционното разказване, което има основна роля във фолклора, съвременните начини за изразяване, осъществявани в градска среда, трудно изявяват свои представителни образци като елементи на културно наследство. Целта на статията е да предложи наративите като съвременни форми на разказване в градовете, да представи ролята им в културното изразяване на градските общности и участието им във формирането на градската идентичност и културно многообразие. Припознаването на градските наративи като възможен елемент на нематериалното културно наследство ще обърне внимание на тяхната значимост в опазването и предаването на следващите поколения на градската памет и традиции.

Ключови думи: *наратив, разказване, градска култура, нематериално културно наследство*

През последните години въпросите, свързани с културното наследство и неговите материални или духовни измерения, вълнуват все повече хора. Светът се модернизира и глобализира, което, от една страна, води до риск от изчезване, промяна или изкривяване на различни форми на човешката култура, а от друга, наблюдава се натрупване на все повече свидетелства за разнообразни културни проявления на човешкия живот. Те могат да бъдат различни предмети, знания и практики, които придобиват призната историческа и културна стойност и изграждат традиции и специфично наследство на даден индивид, общество или народ. Резултатът е един своеобразен бум на наследствата, които играят все по-голяма роля в образованието, науката, икономиката, културата и туризма. Какво да запазят от миналото и какво ще предадат на бъдещите поколения, са все

по-актуални въпроси както за обикновените хора, така и за специалистите. През последните години концепциите за наследствата разширяват своето съдържание, обхват и функции. Постепенно към припознатите за движими и недвижими културни ценности се добавя природното наследство, както и нематериалните прояви, като практики, знания, умения, тяхното възпроизвеждане, предаване и приемане от поколенията, обособени като нематериално културно наследство. Една от тези културни практики е свързана с разказването, което е най-прекият път за предаване на различни знания и опит между хората и поколенията. То се случва навсякъде, където хората се срещат, и е една естествена форма на общуване между тях. В древността при архаичните и безписмени общества то е било единственият начин за предаване и приемане на информация, но с течение на времето и еволюцията на хората се променя, като продължава да играе важна роля в тяхното общуване, а определени негови форми се превръщат в традиционни и стават част от фолклора. Постепенно с развитието на науката субективното човешко разказване отстъпва своята водеща роля на обективното описание и обяснение на заобикалящия човек свят, който започва да се разкрива с помощта на научно знание, основано на наблюдения, измервания, експерименти и доказателства, изграждащи система от принципи, смятани за обективно и истинско научно знание. Самото разказване също става обект на науката, където се обособява клон, наречен наратология, който изучава самото разказване, структурите на разказа и изгражда една теория за тези дейности и продукти на човешкото общуване. Наративният анализ е метод, който може успешно да се използва за изследване на човешкия опит и мислене в съвременността и да намери място в концепциите за културно наследство. Това е от жизнена важност в градовете, състоящи се от различни исторически и културни пластове, които понякога влизат в остър конфликт с градския живот и желанието за развитие и модернизация. Градските наративи са най-прекият път за изясняване на отношението им към наследствата и желанието за развитие. Чрез тях те изразяват своята идентичност, както и изясняват важните за тях елементи, които биха искали да бъдат запазени и предадени на следващите поколения. Подобни знания, включени в градските политики, се вписват в съвременните европейски тенденции за развитие на културата и опазване на културното разнообразие. Нещо,

което е от изключителна важност във времената на увеличаващата се роля на цифровите технологии и на прага на „четвъртата индустриална революция“ (Шваб 2016), която се очаква да премахне строгите граници на физическия, дигиталния и биологичния свят. Процеси, които поставят на преден план значението и отговорността към наследствата в настоящия момент.

Нематериално културно наследство

Историята около въвеждането на концепцията за нематериално културно наследство от Международната организация за наука, образование и култура на ООН – ЮНЕСКО, е известна на тесен кръг от учени, които се занимават с тази тематика. Макар че конвенцията, в която се въвежда нематериалното културно наследство, е сравнително нова, културните явления, които тя се опитва да обхваща, отдавна са обект на изследване от етнографи, фолклористи и антрополози.

В продължение на десетилетия, когато става въпрос за обичаи и традиции, вярвания и ритуали, легенди и предания, понятието, което най-често ги обединява не само в научната, но и в популярната литература, е „фолклор“ (от английски folk-lore – „народна мъдрост“) – устно словесно и музикално народно творчество. В началото на неговото използване, през първата половина на XIX век, акцентът е върху устния фолклор, преобладаващо на селското население. Интересът на фолклористите е насочен към истории, поговорки, песни и други словесно изразявани знания. Постепенно фолклорът добавя към своето поле взаимоотношения и морални норми, митология и ритуални действия, ценности, изкуство, артефакти, архитектура и др., обединени под формата на народна култура.

Дълго време изследователите обозначават и обясняват традиционната и народната култура с понятието фолклор и той се превръща в основен елемент за изграждането на различни културни и национални идентичности. Постепенно обаче използването на термина се разширява твърде много, а културните явления започват да се тълкуват по много и най-различни начини и според различни експерти „е променил съдържанието и формите си“ (Сантова 2021: 12), като се нуждае от преразглеждане. Това води до няколко международни срещи, инициирани от ЮНЕСКО, където се организира „международно експертно допитване по въпросите на фолклора

(английска версия) и/или традиционната и народна култура (френска версия), което преглежда съдържанията, които различните национални научни традиции влагат в това поле“ (Сантова 2021: 12). Резултатът е въвеждането на понятието „нематериално културно наследство“, което обхваща по-широк кръг от явления и отразява целия процес на създаване на фолклорни ценности, включително традиционни знания, ресурси, културна среда и т.н. В този процес основна роля имат създателите и носителите на това знание. А то в своето изразяване е живо наследство, съхранявано през годините, носено, предавано и възпроизвеждано непрекъснато в миналото и в съвременното.

Нематериалното културно наследство се обособява като дял на културното наследство на човечеството, като се припознава като равностойно на другите два негови дяла – материално и природно наследство. В Конвенцията на ЮНЕСКО 2003 се представят неговите отделни съставни елементи, проявяващи се в следните области: „(а) устни традиции и форми на изразяване, в това число и езикът в качеството му на носител на нематериалното културно наследство; (б) художествено-изпълнителско изкуство; (в) социални обичаи, обреди и празненства; (г) знания и обичаи, отнасящи се до природата и вселената; (д) знания и умения, свързани с традиционните занаяти“ (Конвенция 2003, чл. 2, т. 2.).

От тогава до сега ЮНЕСКО изгражда стройна система от правила и закони, свързани с обявяването и опазването на устното и нематериалното културно наследство, което е „застрашено в епохата на глобализацията, когато многобройни форми на това културно наследство могат да изчезнат, застрашени от културното уеднаквяване, въоръжените конфликти, туризма, индустриализацията, от обезлюдяването на селата, от миграциите и от разрушаването на околната среда“ (ЮНЕСКО 2003: 1). Един от постигнатите резултати в подкрепата на нематериалното културно наследство е представителна листа на шедеври на устното и нематериалното наследство, която включва образци с изключителна стойност за целия свят.

Нематериалното културно наследство се радва на пълноценна институционална и експертна подкрепа в България, осъществявана от намиращия се в София Регионален център за опазване на нематериалното културно наследство в Югоизточна Европа под егидата на ЮНЕСКО, който подпомага и координира проучването и опазване-

то на наследството, Националната комисия на Република България за ЮНЕСКО, която селектира българските предложения в ЮНЕСКО, и Националният център за нематериално културно наследство (НЦНКН) – специализирано звено към Института за етнология и фолклористика с Етнографски музей при БАН (ИЕФЕМ – БАН), чиято задача е цялостно документиране, съхранение и популяризиране на фолклорните традиции, както и обработка на документацията, свързана с опазването на нематериалното културно наследство. Архивът на звеното събира универсалните сфери на фолклора и културните традиции: словесни, обредни и празнични (календарни, семейни, трудови и др.), музикални (песенни, инструментални), танцови, народни изкуства и визуални форми.

Важен раздел е Националната система „живи човешки съкровища“, чрез която се идентифицират традиционни дейности и умения, официално разпознати от държавата като важни съставки на нематериалното културно наследство на България, което подлежи на опазване. За „живи човешки съкровища“ могат да се предлагат отделни личности и групи от хора, като това се случва веднъж на всеки две години. Право на номинации имат народните читалища, общински, регионални и държавни музеи и юридически лица с нестопанска цел с предмет на дейност в областта на нематериалното културно наследство. Една институция има право да предлага само една кандидатура на сесия. Предложенията се събират в областните администрации за първия областен етап. След него номинациите отиват на национално ниво.

Предлаганите кандидатури трябва да представят дейности и умения/елементи от една от следните сфери: традиционни обреди и празници; традиционно пеене и свирене; традиционно танцуване и традиционни детски игри; традиционно разказване; традиционни занаяти, домашни дейности и поминъци; традиционна медицина. По дефиниция Живите човешки съкровища са хора, които притежават необходимите познания и умения на най-високо ниво, за да интерпретират или създават специфични елементи от нематериалното културно наследство като свидетелство за живите културни традиции и за творческия гений на българите. Предлаганият елемент от нематериалното културно наследство следва да е предаван от поколения, да е жизнен, да се практикува в настоящето и да е значим за общността.

Конвенцията на ЮНЕСКО за опазването на нематериалното културно наследство препоръчва държавите да се стремят към възможно най-широко участие на общности, групи, а в отделни случаи – и на отделни лица. Гражданското участие в процесите по идентифициране и предлагане на нови елементи обаче е силно ограничено и може да се случи единствено през правомощията, които имат българските читалища. Така една част от живите наследства, практикувани от малки групи или единични лица, които не са обхванати от системата на българските читалища, не участват в техните дейности и творчески състави, реално, а и законово не могат да бъдат предложени за идентификация на първото областно ниво без институционалното посредничество на читалищата.

Въпреки тези недостатъци, както и проблеми от друго естество изградените институции и изработените документи, свързани с нематериалното наследство в България, показват, че за неговото идентифициране, признаване, каталогизиране и предложения за опазване е свършена много работа, а държавата с помощта на професионализма на своите експерти е успяла да събере представителните елементи на световно, национално и регионално ниво. Този процес ще продължи и в следващите години с надеждата, че представителните национални и регионални листи ще продължават да се допълват със стойностни образци на нематериалното културно наследство. За да се случва това по най-добрия начин и да бъдат добавени най-добрите и представителни образци, е необходимо да се обърне внимание да се задълбочат усилията и да се разшири обхватът на ниво селище.

Постепенно мисленето за наследството като запазване на някакви следи от миналото и на все още съществуващи културни практики се насочва към живо и развиващо се наследство, част от съвременната култура. То вече се смята и за ресурс, като подлежи на управление от културни политики, и за него се мисли като знание на бъдещите поколения. „Живите наследства“ по-точно отразяват процеса на създаване и представяне на изпълнителски форми на културните наследства, на процесите по конструиране, възпроизвеждане, предаване, а нематериалното наследство повече насочва към културния продукт. При един малко по-обстоен поглед в представи-

телните листи на „живите човешки съкровища“¹ правят впечатление две тенденции. Първата е, че почти липсват елементи на нематериалното културно наследство, свързани с устните традиции и форми на изразяване, а другата е, че основен превес имат традициите, произхождащи от селските райони, за разлика от градската култура, която трудно успява да изяви свои представителни образци.

Устните форми на изразяване са естествен начин на общуване и една от основните човешки дейности от древното минало на човечеството до днес. Независимо от това дали те се срещат в разговор, в песен, или в целенасочено конструиран разказ, в тях се откриват повтарящи се модели на разказване, които могат да се обобщят като традиционно разказване. То се предава от уста на уста, между различни поколения както в семейството, така и в общностите. Но за да се случи разказването на различни истории в процеса на говоренето между хората, са необходими няколко условия. Това изисква „достатъчно време, за да се разгърне; изисква обзримо пространство, за да могат събеседниците да се чуват; изисква определена нагласа, както и разказвач“ (Георгиева-Ангелова 2004: 81). Така необходимата ситуация излиза от всекидневието и се превръща в празнична, като разказвачът споделя свои възгледи и представи за света и изгражда заедно със своите слушатели една моментна общност, в която се предават знания. Ако те са в областта на традиционните приказки (вълшебни, за животни, религиозни, легенди, битови), на истории и предания (за селища, местности, отделни родове, исторически събития и герои) или на фолклорен хумор (хумористични приказки, анекдоти, вицове, небивалици, пародии), те могат да попаднат в разработената „Номенклатура на дейностите към програма „Живи човешки съкровища“ (Атанасова 2013). Освен да са част от тази класификация, разказаните истории трябва да са автентични, старинни и представителни за общността, а живите хора, които ги знаят, чрез тях да предават на следващите поколения своите традиционни знания. Тогава те могат да се идентифицират като важни съставки на нематериалното културно наследство на България, което подлежи на опазване. В глобализацията се модерен свят такива традиционни знания, предавани по устен път, губят своето място в културата и важноста им за социалния живот на общностите нама-

¹ Онлайн версията на регистъра е достъпна на <https://www.treasuresbulgaria.com/main.php?act=html&file=nomenkl.html>

лява. Традиционните форми на разказване постепенно отпадат заедно с променящите се представи на хората за света. Животът на хората се променя и заедно с това се променят начинът и нещата, за които се разказва.

Това се дължи и на промяната от селски към градски начин на живот. Във фолклора селото се разглежда като място, в което може да се наблюдава система, изграждаща духовна култура. За него е характерно едно консервативно и сравнително затворено общество, в което всички се познават, съществува пряка комуникация и авторитетите са признати и в което разказът присъства навсякъде – „в обясняване на възникването и развитието на света, обясняват се нормите, които го структурират и са негова основна движеща сила, чрез разкази се представя житейският път на човека, възможностите да управлява своята съдба, историята на човешки общности, познати местности или значими събития от миналото“ (Георгиева-Ангелова 2004: 80).

Промяната от традиционен към индустриален тип общество променя и културата на „традиционното“ село към култура на „модерния“ град. Градът създава свой градски фолклор, който, от една страна, продължава да е резултат от мирогледа на хората, но от друга, е съобразен с новите реалности. Общността вече се състои от голям брой социални групи, съобразени със социалното, професионалното и възрастовото разслояване в градовете. Всяка от тях си създава специфични културни кодове, а градският човек се оказва замесен в различни кръгове на комуникация, във всеки от които тя се осъществява по свои собствени правила и стандарти. Понякога тези групи и малки подгрупи са слабо свързани и градският фолклор служи по-скоро за тяхното дефиниране и самоопределяне, като ги разграничава една от друга, а не толкова да ги събира в някаква голяма градска общност. Променят се и начинът и скоростта на разпространение. Все по-често устните форми се заменят с писмени, а писмените – с дигитални, като за това огромна роля изиграват медиите, телевизията и интернет. Устното разказване благодарение на технически средства отдавна може да се запише, а след това да се възпроизведе в други условия, различни от средата и повода за първоначалното разказване, както и да се насочи към съвсем други слушатели от тези, за които първоначално е предназначено. Градското разказване постепенно „губи качествата, характерни за традиционната

селска култура, и се превръща в спектакъл, в който някои активно действат, а други съзерцават. Този спектакъл получава различни от селото закони на своето развитие, сакралният смисъл на календарно-обредната страна на празника се губи и фолклорното творчество постепенно се превръща в професионално изкуство“ (Секачева 2001: 6). Разказването приема и други свойства освен традиционните, надгражда ги в резултат на съвременната култура, разширява своето предназначение, част от него се професионализира и чрез медиацията на технологиите се разпространява бързо и достига неограничени аудитории.

Фолклорът променя съдържанието и формите си и по мнение на експерти е необходимо въвеждането на понятието „нематериално културно наследство“, което обхваща по-широк кръг от явления и процеси. Заедно с него се променят и неговите съставни елементи, а за тяхното адекватно на съвременността обяснение могат да се търсят нови терминологични обозначения, които да обхванат разширеното им въздействие и употреби. При устните форми за изразяване заради промяната на начина на живот на хората и трансформациите на традиционни към модерни общества влиянието на традиционното разказване е все по-ограничено и определено съществуват трудности за неговото идентифициране. Въпреки това разказването, понякога и под различни от традиционните форми, продължава да играе съществена роля в човешката култура. Затова си заслужават изследователските усилия, насочени към съвременните начини за изразяване, които продължават да предават значимите теми и проблеми, вълнуващи хората. Едни от най-разпространените форми на комуникация са устните наративи. Наративните форми за представяне на света от човека могат да допълнят традиционното разказване, а негови изявени за общността примери също могат да се разглеждат като елементи на нематериалното културно наследство. Затова е важно да се изясни това понятие.

Наратив

Наративът, както много други термини, навлиза в България от чужди научни традиции, основно английски и френски, където обаче се използва по различен начин. Това довежда до различни негови употреби, близки до познатите повествование, разказ, сказ, епос, но и със съответните разлики. Това е предпоставка за „небрежен без-

порядък, който нерядко води до терминологични „недоразумения“ в научните публикации“ (Миленкова-Киен 2002: 1). При въвеждането на термина наратив той получава следното определение: „Под нарaтив (narrative) ние разбираме всички тези литературни произведения, които се различават по две характеристики: присъствието на сюжет (story) и на разказвач (story-teller)“ (Scholes, Kellogg 1966: 4).

Въпреки че разказите също имат сюжет и разказвач, редица изследователи смятат, че наративът се различава от обикновената разказана история. Докато разказът е по-скоро начин за комуникация, начин за получаване и предаване на информация, съдържаща някакви факти, то в наратива, освен че се разказва и представя информация какво се е случило, едновременно с това се обяснява случилото се. Според американския философ и изкуствовед Артър Данто наративът е всъщност „форма на разясняване“ (Danto 2007: 201) или обяснително разказване, което включва субективна оценка на автора и с помощта на нея разказвачът се опитва да заинтересува слушателя (читателя, зрителя), да го накара да слуша и да предизвика определена реакция. Субективните емоции на разказвача се добавят към случилата се история, която съдържа своите причинно-следствени връзки и съответните логически вериги между описаните събития, и така я надграждат с лични впечатления. Една и съща случка може да бъде разказана по много и различни начини. Чрез оценъчно и емоционално разказване човекът откроява и подрежда житейски факти, създава своя реалност, споделя опит, определя нещата, които са важни за него, и им придава смисъл. Така създава и утвърждава собствената си идентичност, става част от общността и получава определена социална роля. С помощта на наративите хората трансформират света на природата и го оформят като свой собствен. Освен заобикалящия ги свят чрез тях те оформят и себе си. Разказването има такава голяма роля в определянето на човека, че се смята, че разумният човек е и разказващ човек: „Чрез разказването на истории един иначе неизключителен биологичен вид се превърна в много по-интересно нещо, Homo narrans (Човек, който разказва): този хоминид, който не само е успял да преговаря в света на природата, намирайки достатъчно храна и подслон, за да оцелее, но също така се е научил да обитава ментални светове, които се отнасят до времена, които не присъстват, и места, които са предмет на мечтите“ (Niles 1999: 3).

С времето терминът „наратив“ разширява своите значения, става важен елемент в различни области на човешкото знание и придобива мултидисциплинарен характер. При изучаване на вербални наративни текстове в полето на лингвистиката и литературата чрез различни похвати за превръщане на езиковите в текстови форми наративът се доближава по значения до повествованието като начин, по който се разказва и се излагат събитията. В периода на структурализма едни от неговите най-влиятелни изследователи, като Жерар Женет, Цветан Тодоров и Ролан Барт, разглеждат функциите на наратива като част от теорията на литературата и на текста, познати като наратология. Според Тодоров художествената творба може да се разглежда в два аспекта – като история и като реч, които протичат едновременно. „Тя е история в смисъл, че споменава за някаква действителност, за случили се събития, за герои, които от тази гледна точка се смесват с действителни лица. Но творбата е и реч; има разказвач, който разказва историята, а срещу него стои читател, който я възприема. На това ниво важни са не предадените събития, а начинът, по който разказвачът ги излага“ (Тодоров 2018: 4). Подхождайки към разказа само от неговата функция като реч и реално слово, което читателят приема от разказвача, Женет създава аналитична методология, която тръгва от частното и води до общото, и разграничава три термина, съпътстващи наративната реалност: „история (histoire) – за повествователното означение или повествователно съдържание или това е фабулата на едно произведение; повествование, разбирано в собствения си смисъл (récit) – или за означаване, изказване, дискурс, или действително наративен текст; наратив (narration) – за пораждаване на наративен акт и разширително – за цялата реална или измислена ситуация, в която съответният акт има място“ (Женетт 1998: 310). Тези повествователни структури в литературната теория са обект на наратологията, която разглежда общото и различията в структурите на разказите чрез методология, която анализира структурите и механизмите на повествователния текст – „видове повествовател, неговия статут, гледна точка, проблемите на повествователното време и повествователния модус, отношението повествование – описание“ (Неделчева-Белафанте 2009: 87).

В по-широк смисъл наративът се използва от семиотиката, която разчита неговите форми като „текст“ в най-различни семиотични образувания. Според Ролан Барт: „Наративът може да бъде пре-

даден посредством устния или писмения език; посредством неподвижния или подвижен образ, посредством жеста и посредством организираната смесица от всички тези субстанции; наратив има в мита, легендата, баснята, приказката, повестта, романа, епопеята, историята, трагедията, драмата, комедията, пантомимата, картината, витражите, комиксите, произшествието, разговора. Под тези почти безкрайни форми наративът съществува във всички времена, във всички краища на земята, във всички общества; наративът започва още с историята на човечеството“ (Барт 1991: 358). Постепенно интересите на научните изследвания, свързани с наратива, се преместват от структурата на текста към изучаването на неговия смисъл, за чието тълкуване е важен анализът на позицията на разказвача.

Според концепцията на постмодернистите наративът е дискурсивна реалност, която се разкрива в него. Френският теоретик на литературата и постмодернист Жан-Франсоа Лиотар нарича наратива един от възможните видове дискурс. Според него различни хора могат да използват един и същи език по различни начини, което води до напълно различни представи за света. Така представата за някакво единно, обединяващо гледище за света – т.нар. метанаратив, изчезва, заменен от съвместното съществуване на всички наративи без доминанта на никой от тях, а тяхното сливане е същността на постмодернизма. Според Лиотар наративите са носители на традиционно знание и съществува „превъзходство на наративната форма при изразяване на традиционното знание... и наративът е типичната форма на това знание“ (Лиотар 1996: 64). Чрез компетенциите на хората в говорене, слушане и правене се изгражда знание, в което се разиграват връзките вътре в общността и отношенията ѝ с хора извън нея.

Дискурсите се отнасят до групи твърдения, които структурират начина, по който дадено нещо се мисли, и начина на действията на хората, породени от това мислене. Дискурсите представят познанието за света, как той се разбира, как нещата в света се правят или са направени. Различни аспекти на дискурса могат да се търсят в различни езикови единици, като думи, изрази, изречения, речеви актове, писмени текстове или разговорни форми. Дискурсът е по-обща категория на езиково производство от наратива, което може да е на вербално или невербално ниво. Наративният дискурс надгражда наратива, като към съдържанието на историята (случка, герои, отношенията между тях) добавя позицията на говорещите, техните

интереси, цели, начин на изразяване. От тази гледна точка може да се подходи към различни видове анализ – наративен, който е насочен към разбиране на разказания свят, който разказвачите създават; дискурсивен, чрез който се търси да се разбере социалният свят, в който се намират участниците в наративния акт.

Според американския психолог и педагог Джером Брунер наративният подход е един от двата основни и универсални начина за изразяване на човешкото познание. Другият е логически и научен. Чрез тези два начина на мислене се осигурява когнитивното функциониране, рационализиране на човешкия опит, конструиране на реалността. „Добре разказаната история и добре формулираният аргумент са различни природни видове. И двата могат да се използват като средство за убеждаване. Това, в което те убеждават, обаче е фундаментално различно: аргументите убеждават в тяхната истинност, историите – в тяхната реалистичност“ (Bruner 1986: 11). Чрез наратива могат да се изследват начините, по които човекът организира своята памет, намерения, житейски истории, идентичност. Те създават своеобразен „ансамбъл на езикови и психологически структури, предавани културно-исторически, ограничени нива на майсторство на всеки индивид и смес от неговите социално-комуникативни способности“ (Brockmeier, Harre 2001: 41).

Човек разказва за себе си чрез истории. През тях той изразява своите преживявания, нещата, които го вълнуват, както и моменти от своята биография. Всяко голямо обществено събитие или малка лична случка оставят различен отпечатък върху човешката памет и създават определени впечатления и спомени. Те отразяват същността на индивида, характера му и неговия опит. Избирайки коя от собствените си истории да разкаже, човек образува свое въображаемо пространство, в което се чувства спокоен и уверен. Едно заобикалящо го пространство, в центъра на което той се е поставил. Така разказите не само отразяват живота, но го изграждат, свързват и организират. Брунер посочва, че историите, които ние разказваме за себе си и за другите, и тези истории, които другите разказват за нас и за себе си, не толкова описват вече съществуващата реалност, колкото я формират. Наративният анализ дава възможност да се проучи реалният житейски опит на реални хора в реалния свят, като се интерпретира значението, което тези хора дават на събитията, за

които разказват. Това е качествен метод, който позволява изучаването на общественото мнение в неговата пълнота и разнообразие.

Така към първоначално определените елементи на наратива – сюжета, който представя поредицата от представените събития, и повествователните правила на разказвача, се добавят и неговите лични емоции и оценки, и процесът на комуникационния акт, който го поражда, обхванат от наративния дискурс. Засиленият научен интерес към наратива се дължи на възгледите, че това е най-разпространената и основна форма за предаване на знанията на човечеството, и то не само като средство за докладване на нещо, а и като набор от правила, норми и предписания на живота. Наративът е отворена и гъвкава структура, която позволява да се изследват адекватно аспектите на човешкия опит и взаимодействието на индивида с културните норми на общността, неговото интегриране в нея.

Наративите в капана на градското културно наследство

Съвременната фолклорна градска система продължава да съдържа в себе си различни устни форми, свързани с „обредната традиция в обществени или лични празници и ритуали, градски епоси (митологични истории), градски преживявания, меморати (разкази на очевидци), градски легенди, семейни легенди, градски митове, слухове, страшни истории, съвременни поговорки, съвременни мистерии, градски романи и песни, субкултурен фолклор“ (Приемко 2014: 1). Фолклорните явления се разпространяват все повече и във виртуална среда, която е още по-нова среда за пренос на традиция. Тези явления са все още недостатъчно изучени, като за тях се използват термините „мрежов“, „виртуален“, „интернет дигитален фолклор“, „нетлор“, „кибер фолклор“, „е-фолклор“, създавайки дигитално културно наследство.

Градовете не правят изключение от световните тенденции и както терминът фолклор постепенно отстъпва място на нематериалното културно наследство, така и градският фолклор започва все по-често да се заменя от *urban heritage*, или градско наследство. Градското културно наследство често се разбира през неговите материални форми – сгради, исторически обекти, архитектурни ансамбли. Към тях са насочени усилията за защита и опазване на културното наследство. В резултат на тези разбирания се създава обектно ориентиран подход, който е фокусиран върху запазването на материалните аспекти

ти на културното наследство, като по-голямата част от усилията – там, където ги има, са ориентирани в тази посока. Но градските райони се състоят от различни исторически пластове, които се препокриват с течение на времето, създавайки градския палимпсест. Това обаче понякога води до конфликт между опазването на следите от миналото и развитието на градовете със съвременния живот на местните общности. Така културното наследство се превръща в пречка за развитието, а примери за това могат да се видят във всеки един град. Опити за търсене на идеи и работещи решения за съвместното съществуване на наследство и развитие или умелото съчетаване на миналото и бъдещето на градовете се правят отдавна. Като пример за това може да послужи един от пионерите на концепциите за градското планиране – шотландският биолог и социолог Патрик Гедес, който преди повече от век разсъждава как градското наследство може да намери своето място като основа на градското развитие: „ако градоустройството е предназначено да отговори на нуждите на градския живот, който допринася за растежа и напредъка му, със сигурност трябва да знае и да разбира града. За да смекчи пороците си, градът се нуждае от диагностика преди лечението“ (Geddes 1915: 295). Подобни идеи се срещат и в тенденциите на съвременната урбанистика и са свързани със създаването на устойчиви, удобни за човека градове, в които целта е „възстановяване на съществуващите градски центрове, конфигуриране на разпръснати предградия в общности от истински, опазването на природната среда и запазването на изграденото наследство“ (Charter of the New Urbanism 1999).

Културното наследство започва да се разглежда като активен обект в градското пространство и то трябва да се адаптира към съвременните нужди на хората и изискванията на общностите, които го наследяват и поддържат. Това води до смяна на подходите към наследствата от опазване към управление на културните ценности, като запазването на наследствата си остава главна задача, но към нея се добавя стремежът към подобряване на качеството на живот на местните общности и осигуряването на социално разнообразие и справедливост. Тези подходи включват и елементи като нематериална култура, обстановка („дух на мястото“) и градски контекст. Самото управление на културното наследство „често се извършва на принципа „от горе надолу“ от институции (т.е. „експерти“) към обществеността. За разлика от това управлението на културното наследство, основано на

участие, съчетава познаването на реалните интереси и нужди на обществото с интересите и нуждите на обектите на културното наследство“ (Participatory governance of cultural heritage 2018: 7).

Съвременните подходи към управлението на културното наследство се стремят да включат широко участие на общностите и да ангажират хората в неговото опазване и управление. Това изисква от експертите не само професионални познания за културното наследство, но и професионални знания и интерес към ангажираните общности. Такова познание за градските общности, които създават, предават и използват културното наследство, може да бъде открито в това, което се разказва в тях, синтезирано в градските наративи. Те могат да открояват важните моменти от житейския път на човека, свързани с града, в който живее, значими събития от миналото на общността, маркират важни пространствени топоси, любопитни случки от всекидневието. Самото производство на определено изказване, свързано с града, е и изпълнение на някакво действие, перформатив, който придава смисъл. Градските наративи се създават от конкретни хора по конкретен повод, но в тяхното формиране играят роля историческите дадености, социалната и културната среда. Темите, структурата и съдържанието на градските наративи демонстрират феномена на социалната реалност, в която живее разказвачът. Градските наративи съдържат елементи на традиционното разказване, но и се различават от него. Традиционното разказване е характерно за селото, което в миналото е било съставено от едно относително затворено, еднородно и постоянно като състав общество, в което всички се познават, съществуват консервативни социални структури и нагласи, комуникацията е пряка и общностният живот доминира над частния. Тогава, когато грамотността и писмеността са били по-скоро изключение, значителната част от получаваната и разменяна информация е била чрез разкази. С течение на времето обаче хората се местят да живеят в градовете, където се наблюдава социално, професионално, възрастово разслояване, което отслабва връзките между тях и устните традиции вече нямат такова значение. Променя се и общуването между хората, а информацията пристига по много други различни канали, като радио, телевизия, медии, телефон и интернет, които нямат много общо с устната традиция. Разказването вече не е задължително да протича в пряка комуникация, разказано, дочуто, пречупено и преразказано в директен контакт с

друг човек, а се развива в медийна и виртуална среда. Новите реалности създават нов градски фолклор, който съществува в слабо свързани помежду си малки групи, които понякога го използват като начин за разграничаване от обществото, вместо за търсене на идентитет с него. Различни младежки и субкултурни групи създават свой език и поведение, различаващи ги от другите. Въпреки сериозната конкуренция обаче устната традиция не изчезва, а се комбинира с новите средства, като продължава да изявява културната идентичност на хората, предавана между поколенията.

Наративните форми на съвременния град описват градския живот и участват в създаването на модели, част са от градската култура. Така те формират градската реалност, която след време може да се превърне в културно наследство. Затова тяхното признаване като част от нематериалното културно наследство, събирането и изучаването им, както и определянето на представителни за града образци, които да останат за поколенията, са важен процес в опазването на градската памет. Създаването на един наративен фонд може да запази устни свидетелства за градовете и за времената и епохите, в които те преминават за следващите поколения. За устно творчество е необходим пряк контакт със слушателите, то се предава от живи хора и се възприема и от жива публика. То винаги трябва да остане живо в контекста на съвременността. В градовете то може да се търси на всяко място, в което се събират хора. Това се случва на улицата, по площадите, на пазара, в очакване на градския транспорт, по различни опашки пред институции или в болница, в кварталния магазин, кафенето или кръчмата. Такива места забавят градския ритъм на хората, така че те да имат достатъчно време и подходяща среда, за да импровизират по определена тема. На всяко от тези места може да се открие талантлив разказвач, който притежава способността да разказва увлекателно и да има какво да разкаже.

Възможност за запазване на локалните устни традиции и предаването им на следващите поколения е изкуството. Градските наративи могат се използват за изграждането на локална идентичност, като бъдат включени в литературни творби, театрални представления или киносценарии. С развитието на технологиите разказването вече може да се случва по време на радио- и телевизионни предавания, в специализирани групи в социалните мрежи, в блогове или подкасти, където изявени личности или сладкодумни разказвачи

имат възможността да представят собствени истории от своя град и да достигнат до многобройна публика. Като един от най-ефективните начини за опазване на нематериалното наследство си остава и запазването чрез аудио- и видеозаписи и създаването на архиви на изявени носители и изпълнители на устни традиции и форми на изразяване. Тук е мястото на читалищата и музеите, които трябва да имат изявена роля в тези процеси на допълването с човешки истории и случки на градската история като хронология на различни събития.

Въпреки че са важна част от съвременната градска култура, градските наративи са трудни за определяне и класифициране. За тази трудност съществуват редица причини и някои от тях са:

Универсалност – наративите се съдържат във всичко, което хората си споделят и разказват за своя град. Понякога градът е основен обект на наратива, друг път служи само за фон на някакви лични житейски събития. Това затруднява локализирането им в ежедневно говорене;

Вариативност – формите, темите, поводите и средата на разпространение на градските наративи са разнообразни и многопластови, така че за класифицирането им са необходими целенасочени изследователски усилия;

Хибридность – елементи или структури на градските наративи присъстват и в други видове дискурси, като например научни, исторически, религиозни или политически текстове;

Колективност – в града като среда за разказване е много трудно са се определи кой е авторът и дори разказвачът на даден наратив. Той често е създаден под влиянието на колективната градска памет, зависи от други контексти, в които участва, и аудиторията може да се превърне в съавтор;

Условност – градските наративи се разказват от определена позиция на разказвача, която може да бъде различна в различните общности и групи, в които участва. Те зависят от ситуацията и условията, при които се случват, и определят кой каква история разказва, къде, кога и на кого;

Въпреки трудностите в тяхното идентифициране като нематериално културно наследство градските наративи заемат важна част от културата на хората и заслужават усилия за тяхното събиране, проучване и анализиране, за да може конкретният град да опазва и помага за

предаването на културата на създадените в него общности, като заедно с това спомага и за запазването на културното многообразие.

Макар градските наративи, свързани с конкретна територия, да нямат регионална или национална, или световна значимост и съвсем естествено да не могат да намерят място в представителните национални листи, на едно по-ниско градско ниво те са свидетелства за интересите на хората и тяхното непосредствено общуване, превръщайки се във важни културни форми за изразяване на градските общности, като участват във формирането на градската и културната идентичност. И като такива не бива да бъдат пренебрегвани като основополагащи елементи на съвременното градско нематериално културно наследство.

БИБЛИОГРАФИЯ

- Атанасова, Е. (2003).** Живи човешки съкровища. Номенклатура на дейностите – България. – В: *Български фолклор, 2003, кн. 2 – 3*, 187 – 188.
- Барт, Р. (1991).** Увод в структурния анализ на разказа, В: *Въображението на знака*. София: Народна култура, с. 358 – 398.
- Георгиева-Ангелова, А. (2004).** Традиционното разказване. В: *Живи човешки съкровища – България*. София: АИ „Проф. Марин Дринов“.
- Женетт, Ж. (1998).** *Фигури. Т. 1 – 2*. Москва: Салабашниковых.
- Конвенция 2003: Конвенция за опазване на нематериалното културно наследство на ЮНЕСКО. – <http://www.unesco.org/culture/ich/doc/src/00009-BG-PDF.pdf> (17.12.2021).
- Лиотар, Ж. Ф. (1996).** *Постмодерната ситуация*. София: Наука и изкуство.
- Миленкова-Киен, Росица (2002).** *За термините наратив, наратология и наративна семиотика*. Електронно списание за литература, изкуства, хуманитарни и социални изследвания LiterNet <https://litenet.bg/publish4/kien/narativ.htm> (10.11.2021).
- Неделчева-Белафанте, З. (2009).** Наратологията от Цветан Тодоров и Жерар Женет до Ален Рабател и Рене Ривара В: *Цветан Тодоров – теоретик и хуманист*. София: Издателски център „Боян Пенев“.

- ЮНЕСКО (2003). *Обявяване на шедеврите на устното и нематериално наследство на човечеството. Ръководство за представяне на досиетата на кандидатурите*. http://www.unesco-bg.org/file_store/tresorsvivants.pdf (10.12.2021).
- Приемко, О. (2014).** *Современный городской фольклор. Методические указания и иллюстративный материал по проведению фольклорной практики студентов I курса филологического факультета*. В: Бесплатная электронная библиотека – Методические указания, пособия <http://metodichka.x-pdf.ru/15filologiya/199886-1-sovremenniy-gorodskoy-folklor-metodicheskie-ukazaniya-illyustrativniy-material-provedeniyu-folklornoy-praktiki-student.php> (18.12.2021).
- Сантова, М. (2021).** Ролята на учените от БАН за прилагане на Конвенцията за опазване на нематериалното културно наследство в България. – В: *Нематериално културно наследство. Актуални проблеми*. София: Академично издателство „Проф. Марин Дринов“ 11 – 20.
- Секачева, Е. (2001).** Городской фольклор как феномен массовой городской культуры начала XX в. В: *Новый исторический вестник* № 3 Российский государственный гуманитарный университет.
- Тодоров, Ж. (2018).** Категориите на художествения разказ. В: *Пирон – електронно списание за изкуства и култура, бр. 15. Нова наратология*. <http://piron.culturecenter-su.org/wp-content/uploads/2018/03/Tzvetan-Todorov-Les-categories.pdf> (12.11.2021).
- Шваб, К. (2016).** *Четвъртата индустриална революция*. Пловдив: Хермес.
- Brockmeier, J., R. Harre (2001).** Narrative: Problems and promises of an alternative paradigm. In: *Narrative and Identity. Studies in Autobiography, Self and Culture*. Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 39 – 59.
- Bruner, J. (1986).** *Actual Minds, Possible Words*. Massachusetts: Harvard University Press Cambridge.
- Bruner, J. (1987).** Life as Narrative. *Social Research*, 54 (1), 11 – 32. Baltimore: The Johns Hopkins University Press.
- Geddes, P. (1915).** *Cities in Evolution: An Introduction to the Town Planning Movement and to the Study of Civics*. London: Williams & Norgate.

Danto, A. (2007). *Narration and knowledge*. New York: Columbia University Press.

PARTICIPATORY GOVERNANCE OF CULTURAL HERITAGE (2018). Luxembourg: Publications Office of the European Union. <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/b8837a15-437c-11e8-a9f4-01aa75ed71a1> (15.12.2021)

Scholes, R., R. Kellogg (1996). *The Nature of Narrative*. New York: Oxford Univ. Press.

Niles, J. (1999). *Homo Narrans The Poetics and Anthropology of Oral Literature*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.

URBAN NARRATIVES AS AN ELEMENT OF INTANGIBLE CULTURAL HERITAGE

Assistant Professor Vasil Karadzhov

*Institute of Balkan Studies with Center for Thracology –
Bulgarian Academy of Sciences
“Paisii Hilendarski” University of Plovdiv*

Abstract: The text provides a brief overview of the system of rules, laws, documents and institutions related to intangible cultural heritage in Bulgaria, looking for the place of oral traditions and forms of expression in them. Unlike traditional storytelling, which has a major role in folklore, modern ways of expression, carried out in an urban environment, hardly present their representative samples as elements of cultural heritage. The aim of the paper is to propose narratives as contemporary forms of storytelling in cities, to present their role in the cultural expression of urban communities and their participation in the formation of urban identity and cultural diversity. The recognition of urban narratives as a possible element of intangible cultural heritage will draw attention to their importance in the preservation and transmission of urban memory and traditions to the next generations.

Keywords: *narrative, narration, urbanculture, intangible cultural heritage*

НОВИТЕ ГРАДСКИ ЗАНАЯТИ: ЗАНАЯТЧИЙСКАТА БИРА И НОВАТА БИРЕНА КУЛТУРА

доц. д-р Елица Стоилова

Пловдивски университет „Паисий Хилендарски“

Резюме: Изследването има за цел да разбере спецификите на занаятчийската бира в контекста на градските занаяти. В последното десетилетие производството и консумацията на т.нар. „крафт бири“ набират своята популярност в България. С този нов феномен се свързва и налагането на специфична култура на консумация и етика на производство, които се определят като крафт бирена култура. Тази нововъзникваща култура на производство и консумация се характеризира с налагането на нов бизнес модел, който се основава на споделено знание, близки взаимоотношения между пивоварите, взаимно споделяне на опит и често общи проекти. Друга специфика е развитието на пазарни взаимоотношения, в които връзките консуматор – потребител се скъсяват и стават все по-непосредствени. Отрасълът се базира на традиционни знания и иновации, както и на близки връзки производител – консуматор. Статията ще проследи развитието на крафт бирената култура в България.

Ключови думи: *занаятчийска бира, крафт бирена култура, занаяти*

Методологични уточнения и използвани източници

Изследователският ми интерес към социалните и културните измерения на производството и консумацията на занаятчийски бири води началото си от 2015 година, когато започнах да наблюдавам и документирам развитието на това, което бих нарекла занаятчийска или крафт бирена култура в България. Като част от този процес за мен значими бяха трансформациите на пловдивския квартал „Капана“, както и реализирането на множество събития, свързани със занаятчийската бира (семинари, фестивали, дегустации).¹ Участието

¹ По въпроса за развитието на крафт бирената култура като тясно свързана с творческите индустрии виж Stoilova 2020. Статията се съсредоточава върху квартал „Капана“ в Пловдив като център на крафт бирената култура в града.

ми в подобни събития спомогна за разбирането на локалните специфики, но също и за документирането на актьорите и процесите, които спомагат за налагането на нови производствени и консуматорски практики. Теренните ми изследвания не се ограничават само с пловдивския контекст, а включват и сравнения с други локални вариации, които да очертаят спецификите на българската „бирена сцена“ и по-задълбоченото разбиране на изследваната проблематика. Сравненията са с развитието на бирената култура в национален контекст и по-задълбочени изследвания в София, Пазарджик и Синеморец.

Представеното тук изследване има за цел да проследи еволюцията, регионалните и националните специфики на занаятчийското производство на бира в България.² Основните проблеми, които се разглеждат в текста, са свързани с конструирането на специфична култура и бизнес модели около производството и консумацията на крафт бира. За да достигна до необходимите данни, аз използвам комбинация от изследователски методи, като съчетавам интервюта с анализ на текстови и визуални материали. Неформалните разговори с потребители, посетители на бирени фестивали, производители, собственици на бирени барове и работещи в тях са използвани като основен метод, който да ми помогне да очертая особеностите на крафт бирената култура в България, да проследя взаимоотношенията между производителите и потребителите, да опозная специфичните взаимоотношения между пивоварите и иновативните модели за усвояване на занаята и неговото практикуване. В допълнение, за да достигна до индивидуалните мотиви за навлизане в крафт пивоварството, както и за смислите, които производителите влагат в това какво е занаятчийска бира, проведох и шест неструктурирани дълбочинни интервюта с пивовари, собственици на специализирани барове и магазини за крафт бира. Разширяването на фокуса не само върху производството, но и върху разпространението и консумацията на занаятчийска бира позволи един по-задълбочен анализ на изграждащите се вътрешни мрежи и логики на взаимодействие, които спомагат за развитието на крафт пивоварството и съпътстващата го

² Искам да изразя своите искрени благодарности на един от водещите специалисти в изследванията на спецификите, социалните и икономическите ефекти на крафт бирата – професор Нийл Рийд, който насърчи задълбочаването на наблюденията ми и превръщането им в анализ на българския контекст.

крафт бирена култура като иновативен социално вписан икономически модел, които обслужва креативната икономика на занаятчийското производство на бира.

Допълнителни методи, които позволиха по-задълбочен анализ и разбиране на спецификите на крафт бирената култура и нейните елементи, бяха съчетание от визуална антропология (фото- и видео-заснемане и анализ на събраните визуални материали) и директно наблюдение. Те бяха използвани за документиране и анализ на спецификите, структурата и социалните взаимодействия, поле на които са фестивални събития, работилници и дегустации, посветени на занаятчийката бира.

Относно ценностните натрупвания, вложени в концепта „занаятчийска/крафт бира“, изследвах и начина, по който се комуникира тя в масовите канали за информация (преса и телевизия). Основен източник на подобна информация бяха интервютата, които пивоварите дават за телевизионни предавания и пресата. Те са богат източник на информация за личните мотиви за започване на този конкретен бизнес, но също и за спецификите на бирената култура и вложените смисли и ценностни натрупвания в това какво е занаятчийска бира. Отрасълът се заявява в публичното пространство и като контрапункт на стандартизираното масово производство, опозиция, която се базира както на технологията на производство, но така също и на комуникацията с клиентите, иновативния характер на продукта и креативната икономика, която съчетава както иновации в производството и дистрибуцията, така и нов тип социални взаимоотношения и усвояване на знания и умения.

За да задълбоча изследването на това какво и как се комуникира като идея за „крафт бира“, аз анализирам също и интернет страниците на пивоварните, в които не само се дава информация за произвежданите продукти и тяхната специфика, но и се заявяват целите и идеите, зад които застават занаятчиите. Социалните медии, както и блоговете, влоговете и специализираните сайтове за крафт бира също са включени в изследването като полезен източник на информация, но също и като комуникационни канали, които спомагат за конструирането на смисли и практики, които стават важна част от културата, която се генерира около производството, дистри-

буцията и консумацията на занаятчийска бира.³ Интерпретацията на тази информация е важна за очертаване на икономически, социални и културни модели, свързани с производството, дистрибуцията и консумацията на занаятчийска бира.

Занаятчийска бира: революция в производството и консумацията на бира

Началото на революцията на занаятчийското производство на бира може да се търси в края на двадесети век в появата на това, което се определя като микропивоварство. Това са малки по производствен обем пивоварни, които заявяват себе си като независими и акцентират върху занаятчийския подход, който влагат в своето производство. Подобни бизнеси, които обявяват себе си като опозиция на индустриалното производство и връщането на етиката и занаятчийските технологии в производството на бира, се свързват със САЩ, Англия и Холандия. В тези страни през 80-те години на XX век постепенно се разгръща едно лавинообразно развитие и увеличаване на броя на малките и независими пивовари (Lassaut and Sylvander, 2017: 15). Анализаторите на тези процеси – Ласо и Силвандър, на базата на проведените от тях интервюта със занаятчийски пивовари подчертават разграничението, което се прави между индустриална бира и производство и занаятчийските практики с отличаващия се уникален продукт. Подобна опозиция се дължи на налагането на стандартизиран вкус и ограничен избор от няколко световни лидера в пивопроизводството. Това е вследствие на няколкото десетилетия консолидация и хомогенизация на бирената индустрия в световен мащаб, която довежда до доминацията на няколко мултинационални компании, които предлагат доминиращо лагер бира за масова консумация (Lassaut and Sylvander, 2017: 15). Постепенното нарастване на броя на малките производители се свързва с търсенето на различни от стандартизираните бирени стилове, но също и с преосмислянето на технологиите за производство на бира. Новата вълна в производството на бира залага на прединдустриалните методи за производство, които дават богатство на типовете бира. Интересът към занаятчийските техники и домашното производство на

³ Пример за подобна медия е блогът Bforbeer на Свилен Кириловски (<https://bforbeer.wordpress.com>).

бира възражда стари технологични знания, които биват съчетавани с технологични и социални иновации. Производственият и консуматорският интерес към занаятчийската бира дават един нов градски занаят, който следва логиките на прединдустриалното производство на бира, но го доразвива и надгражда с участието на новите технологии, неформалното и опосредствано от социалните медии предаване на технологичен опит и знание, както и трансформирани взаимоотношения между крафт пивоварите като новоформираща се общност. Друг аспект от занаятчийското производство на бира се свързва с изграждането на специфични взаимоотношения между производителите и консуматорите на занаятчийски продукт. Всеки един от тези контексти ще бъде анализиран по-долу в текста.

Това, което има своя зародиш в края на XX век в САЩ, Англия и Холандия, които се приемат за първопроходците в новото занаятчийско производство на бира, дава подем на нова световна тенденция за производство и консумация на неиндустриална бира. Според Lassaut and Sylvander в началото на XXI век вълната на микропивоварни започва да има значителни проявления и извън цитираните страни. Това ги прави световен феномен, който не се ограничава само в едно преосмисляне на прединдустриалното производство и продуктовото многообразие, но довежда и до нова култура, свързана с производството и консумацията на занаятчийска бира. Тези процеси придобиват видими измерения през последните две десетилетия, в които производството и консумацията на занаятчийска бира добива световно измерение и бърз растеж. Малките производители, навлизащи на пазара, започват производството на голямо разнообразие от бирени стилове в малки по обем и в много случаи локални производства. Постепенно производителите и консуматорите на крафт бира не само нарастват, но и се заявяват срещу доминиращия унифициран вкус (Lassaut and Sylvander, 2017: 3).

Повишаващият се интерес към занаятчийската бира е част от по-глобалните процеси на антииндустриализация. Това е движение към промяна в начина на живот, а също и промяна в отношението на хората към храните и напитките, които консумират. Това преосмисляне започва в края на XX и началото на XXI век и довежда до нов тип производства и консумативни практики. В контекста на тези процеси се разглеждат не само крафт бирената култура, но бумът на органичните храни, домашното и фермерското производство на

храни, директното взаимодействие между потребител и консуматор, което се случва на фермерските пазари (Lassaut and Sylvander, 2017: 19 – 20). В увода към *Economic Perspectives on Craft Beer A Revolution in the Global Beer Industry* (Икономически перспективи за революцията на крафт бирата в глобалната бирена индустрия) съставителите Кристиан Гаравалия и Йохан Суинен търсят причините за тези трансформации. Според тях в последните две десетилетия се наблюдава засилване на интереса на потребителите (и обществото като цяло) към локални продукти, грижата за околната среда и устойчивото развитие, както и определено противопоставяне срещу глобализацията и продуктите на монополните мултинационални фирми (Garavaglia and Swinnen 2018).

Специфики на новия занаят

Тези световни тенденции стигат до България с известно закъснение. През 2008 г. започват с първите български крафт пивовари. С цел да се представи националният контекст в дефинирането на това какво е занаятчийска бира и занаятчийско пивоварство, в настоящата разработка ще следвам определението, което дава Асоциацията на домашните пивовари в България. Според регистрираната през 2013-а Асоциация „занаятчийската бира е бира, произведена в малки, в повечето случаи семейни пивоварни, които произвеждат оригинални и специфични бири с високо качество“ (цитирано в Ivanov, 2016: 65). Така се задават като основни характеристики на този вид пивоварство малките обеми на производството, високото качество и специфичността и оригиналността на крайния продукт.

Асоциацията на домашните пивовари в България, производителите, консуматорите и собствениците на специализирани магазини и заведения за занаятчийска бира се превръщат в проводници не само на нов нишов продукт, но също така и спомагат за развитието на специфична култура около занаятчийската бира. Тя е взаимодействие между глобално комуникирани модели, които придобиват и свои локални измерения. Крафт бирената култура се свързва с определено разбиране за производството и консумацията на занаятчийска бира. Малките по обем пивоварни и консуматорите на техните бири споделят страстта си за качествена бира, креативност в рецептите и технологиите за направа, автентичност на продуктите и специфичен вкус. Тези общи ценности обединяват хора от различни

страни и култури в едно неформално общество, което отдава уважение на производствените технологии и на ангажирано потребителско поведение. Това бирено общество създава и свои обичаи, като бирени фестивали, събития за дегустация на бира и подобни форми на съпреживяване и споделена консумация.

Основна характеристика, която мога да очертая по отношение на занаятчийското производство на бира, е една своеобразна дуалност, която задава двойствена позиция на произвеждащите крафт бира. Тези занаятчии са освен производители, но и самите те заявяват себе си като консуматори на бири, които претендират да са занаятчийски. Затова и Колин Кампбел определя взаимоотношенията производител – консуматор при този вид производство като взаимно изграждаща връзка (co-constructing relationship). За него една от основните характеристики на крафт бирата е желанието за себеизразяване, което този нов тип консуматор производител осъществява и в направата, и в потреблението на сътвореното от него. Според Кампбел крафт бирата може да се свърже с „консуматорска практика, при която „продуктът“, който се има предвид, в същността си е едновременно произведен и „проектиран“ от едно и също лице, което, бидейки и консуматор, също привнася умения, знание, оценка и страст“. За него потреблението на занаятчийски продукт се свързва също с такива практики като „персонализация“ и „адаптиране към потребителските нужди“ (Campbell, 2005: 23). Така авторът разглежда не само дуалността на производителите на занаятчийски продукт, но също и емоционалната връзка, която се изгражда между производителя консуматора и произведената от него бира. Вплитането на индивидуалните вкусове, персонализирането на вкуса и технологичния опит се налагат като ключови за дефинирането на дадена бира като занаятчийска. Подобни връзки и взаимоотношения са специфични за прединдустриалните храни, но новият тип занаятчийско производство отново връща като основен лимитирания, автентичен и персонализиран продукт. Занаятчийското производство сближава също и връзката продукт – производител – консуматор, която, както и горният цитат показва, отново се възстановява. Произвеждащият занаятчийска бира не само притежава знанието за спецификите на производството ѝ, но и добре владее технологията ѝ, а също се явява и един от крайните потребители на произведения от самия него продукт. Така директната връзка производител – про-

дукт – консуматор не се разрушава или подменя от медиатори, а се запазва нейната цялост.⁴

Взаимоотношенията между пивоварите и консуматора се анализират от Нийл Рийд и Джей Гатрел, които подчертават, че „крафт пивоварите са не само тясно свързани с продукта, който произвеждат, но и с клиентите, които пият бирата им“. Авторите заключават, че „крафт пивоварите правят бира за хора като самите тях“, както и че „хората, които произвеждат занаятчийска бира, също и консумират такава“ (Reid and Gatrell, 2017: 37).

Друга специфика, която крафт бирената култура притежава, е ориентирана към потребителя и е свързана с т.нар. „информиран избор“. Информираният избор е влагането на определени смисли от страна на консуматора на крафт бирата, с които тя бива дефинирана като занаятчийска, специфична, качествена и т.н. Според Иванов този избор, базиран на определени аргументи, „задоволява специфични нужди на потребителя“, в който се наблюдава преминаване от „продукт с ниска цена към такъв с по-висока“ (Ivanov, 2016: 80). Този преход се дължи на валоризацията на продукта като нещо различно, занаятчийско, лимитирано и с високо качество.

Култура на консумацията на занаятчийска бира

Занаятчийското производство на бира не само дава един нишов продукт, но също така се свързва със специфична култура на производство, дистрибуция и консумация. Според дефиницията на социолога Стивън Майлс културата на потребление (consumer culture) представлява „взаимоотношението между материалното и културното“, при които определени културни смисли и ценности се привнасят към специфичен продукт (Miles, 2018: 13). От гледна

⁴ В съвременното производство на масови продукти нямат това интимно персонално отношение към произведеното от тях. Консуматорът е анонимен и неговите нужди и вкусове се стандартизират от масовият продукт. Технологията на производство, както и самият производител също са непознати (анонимни) за крайния потребител. Дистрибуционните мрежи и доставчиците осъществяват връзката между ресурсите, производителя, произведеното и потребителя, като по този начин не само удължават производствените и хранителните вериги, но и спомагат за анонимизирането на производителя и потребителя, сближаването им и директната връзка между тях (виж Lassaut and Sylvander, 1997: 245).

точка на производството крафт бирената култура се свързва със знанието на технологичните специфики за направа на различни бирени стилове, което включва не само технологичните стъпки, но също тясното познание за различните суровини, които могат да бъдат използвани при иновативното производство на бира. Тук установените технологични правила задават основната технология, но често производителите експериментират със съставките, които влагат, както и с различните техники. Подобни експерименти включват добавянето на плодове, билки, подправки, полезни микроорганизми и като цяло различни от познатото и приетото за съставки на бирата. Все повече се налага и понятието „експериментална бира“ (Rodgers and Taves, 2017: 138), когато се представят новооткрити вкусове и бирени стилове, резултат от експериментите на домашни или занаятчийски пивовари.⁵

Освен любопитството към новото и желанието да се експериментира както от страна на производителя, така и на консуматора, друга основна характеристика на занаятчийската бира е споделеното знание. Интензивният обмен на информация и знание, който се осъществява между пивоварите, ги свързва в една социална мрежа на споделена епистемологична култура за производство на занаятчийска бира (Diane and Taves, 2017: 128). Често занаятчиите пивовари започват своето обучение в принципите на производството на бира в домашни условия, превръщайки своите кухни в лаборатории за експерименти и ползвайки пригодено оборудване. В тези експерименти те могат да се възползват от активното общество на съмишленици пивовари, които се формират в група, в която свободно се споделя know-how. Тази специфика на обмена на знание е изследвана от Даян и Тавес, които я изтъкват като централна за крафт пивоварството. За тях това е специфичен модел на дистрибуция на знание и опит, които се предават в „приятелски“ среди. Тези „приятелски“ среди се формират в рамките на споделената епистемологична култура за производство на занаятчийска бира и спомагат за разширяването на носителите на това епистемологично познание, правейки достъпа до него колкото се може по-безпроблемен (Diane and Taves, 2017: 127).

⁵ Различни технологични справочници също стимулират експериментите в биреното производство. Пример за това е наръчникът на Drew Beechum and Denny Conn (2014) *Experimental Homebrewing: Mad Science in the Pursuit of Great Beer*. London: Voyageur Press.

Занаятчийската бира – българският контекст

Несъмнено консумацията и производство на бира са популярни в България, но въпреки това пазарът доскоро беше доминиран от индустриалното производство. Следвайки тенденциите в други страни, където подобни малки по размер пивоварни стават успешни, в национален контекст започва бавното развитие на независими занаятчийски пивоварни. По данни на Асоциацията на домашните пивовари в България първите тематични барове и ресторанти започват да се появяват през 2008 г. Германският статистически портал *Statista* също потвърждава тази година като начало на бизнес опити в крафт пивоварството, посочвайки, че в тази година са регистрирани първите 3 български микропивоварни. Тук трябва да се направи уточнението, че подобни статистики обхващат само комерсиалните занаятчии, а в сянката им остават домашните пивовари, които произвеждат собствена бира далеч преди първите опити на смелите предприемачи, инвестирали в микропивоварство. Според статия на Свилен Кириловски в *Капитал лайт*, по данни, предоставени му от Асоциацията на домашните пивовари в България, техният брой е приблизително 1500 души. (Кириловски 2017). Според Етичния кодекс на Асоциацията на домашните пивовари в България те произвеждат бирата си само за некомерсиални цели и лична консумация. В кодекса се чете: „Ние, домашните пивовари, произвеждаме нашето пиво с нетърговска цел, за консумация от нашите семейства и приятели“.⁶

Статистиките показват, че развитието на тази бизнес ниша е бавно. Отнемат шест години, за да се удвои броят на занаятчийските пивоварни в страната. След 2017-а започва интензификацията на този нишов сектор. Вероятно това се дължи на разрастващото се производство и успеха на вече утвърдилите се първопроходци, производители на занаятчийска бира, както и на постепенното развитие на занаятчийската бирена култура. Подобни твърдения се базират на растящия брой на специализираните магазини за занаятчийски бири (както физически, така и онлайн), на тематичните барове и фестивали. Растежът на отрасъла се идентифицира през последните години,

⁶ Асоциация на домашните пивовари в България, Етичен кодекс, <https://homebrewers-bg.org/ustav/>, посетено на 5.11.2020.

когато микропивоварните се увеличават от 7 (2017) на 16 през 2018-а (Munch, 2020).

Един от малкото анализатори на процесите, българският икономист Йордан Иванов, обобщава началната фаза на българското занаятчийско производство и консумация на бира. Според него: „В началото на второто десетилетие на XXI век започна вълна от откриване на нови „микро-“ и „малки“ предприятия. Въпреки конкурентния натиск от [индустриалните] лидери ... те се адаптират успешно и се утвърждават на пазара, като успяват да привлекат повече реални клиенти“ (Ivanov, 2016: 80). Тенденцията, която идентифицира Иванов, продължава и към днешна дата, като по мои наблюдения (поради липса на точни статистически данни към момента) през 2020 г. крафт пивоварните са над 20. Това показва един бавен, но постоянен растеж. Иванов отдава успеха на тези нови производства на това, че занаятчийските бири предлагат алтернатива на хомогенността на масово произвежданите бири чрез предлаганото разнообразие от стилове и вкусове (пак там).

Финансовият анализатор на *Капитал* Ани Коджаиванова отделя специално внимание на, както тя я нарича, „малката революция на крафт бирата“, която за нея следва световните тенденции с „котешки стъпки“ (Коджаиванова, 2018). За нея това се дължи на „характерния за страната ни малък, неплатежоспособен и консервативен пазар“. Цитирайки статистиката на Съюза на пивоварите, тя заключава, че „без изненада крафт бирата няма и 1% дял в общата консумация“ (пак там)⁷. Тези цифри могат да представят българския пазар като незначителен, но в сравнителен план България не е изключение сред други централно- и източноевропейски страни. Според изследване на словашките икономисти Покривчак и колектив, проследяващо развитието на бирената индустрия и разрастването на занаятчийската бира в Европа, „занаятчийската бира представлява 3 – 5% от общата консумация на бира в Западна Европа, докато в Източна Европа тя е само около 1%“ (Pokrivčák at all. 2019: 63). Не-

⁷ Общата консумация на бира в България за 2019 г. се равнява на 5,6 милиона хектолитра (Brewers of Europe 2019: 8). Добър анализ на икономическите тенденции в производството и потреблението на бира в България предлага българската икономистка Зоя Иванова в статията си „Изследване на контрагентния риск в индустриалните предприятия (по материали на пивоварния бранш)“ (Иванова 2019).

зависимо процентните разпределения в този малък нишов пазар той има съществена роля за налагане на нов тип култура на консумация и на иновативни бизнес модели.

Собственикът на първата марка крафт бира „Айляк“ Жоро Христов споделя пред електронното списание *Economic.BG* своите наблюдения върху бавния, но постоянен растеж на производството и консумацията на занаятчийска бира в България. „От една страна, това е добре, защото има възможност да се обучават потребителите и така да има потенциал за растеж, но от друга страна, като един недостатъчно развит пазар този, който трябва да го развие, си самият ти. Това изисква постоянни инвестиции, които невинаги са налични“. Друго, което подчертава Христов, е, че конкуренцията в този малък нишов пазар е от съществено значение, „защото това как нивото на тази българска бутикова бира се покачва, кара все повече хора да започнат да гледат към малките бирени бутилки не като нещо хипстърско и надценено, а като качествена бира с различен вкус“. Той заключава, че растящият интерес от страна на потребителите е свързан с факта, че „вкусът на българите се променя малко по малко и промяната е от количество към качество“ (Tsaneva, 2019).

Коджаиванова освен икономически анализ, предлага и обобщение на различни елементи, които тя причислява към крафт бирената култура. Като първа специфика тя очертава духа на споделяне на знания и умения сред пивовари занаятчии. Това, както беше коментирано и по-горе, ги отличава като общество, базирано на взаимопомощ. Това заключение се базира на факта, че „често работят заедно, създавайки свободна и креативна бизнес среда“. Насочвайки анализа си към консуматорите, тя заявява: „...крафт бирата подобно на виното успява да създаде своя култура: около нея се изграждат общества“. Като елементи на тази култура авторката посочва ритуалите за консумация, каквито според нея са бирените фестивали (Kodzhaiwanova, 2018). Аз бих добавила към ритуализацията на консумацията на бира също организирането на различни работилници, посветени на производството и спецификите на крафт бирата, както и бирените дегустации.

Според заключенията на *Euromonitor International* (2019) българският пазар на крафт бира е окачествен като „малък, но бързо разрастващ се“. Експертите очертават и спецификите на потребителите, като според анализаторите това са „предимно живеещите в

големите градове и най-вече хората около 30 години“. Мотивацията, която социологическият анализ разкрива, е най-вече желанието за нетрадиционна бира и растящото търсене на нови вкусове и високо качество (*Euromonitor International*, 2019).

Българската крафт бирена култура

Повечето занаятчийски пивовари в България стартират като домашни пивовари, които се самообразоват чрез четене на специализирани книги, следене в интернет на бирени блогове и форуми, гледане на онлайн видеоклипове, тип „направи си сам“, но също и чрез обмен на практически знания с други ентузиастични както на местно ниво, така и по целия свят. Първоначално произведеното от тях е за лична консумация или за споделяне със семейния и приятелския кръг. Основателят на пивоварната „Айляк“ във вече цитираното интервю за *Economic.BG* споделя своя опит в занаятчийското пивоварство. Според него експериментите на всеки, който започва да се занимава със собствено производство на бира, са от изключително значение за изграждане на личната бирена култура. Като нейни базови елементи той очертава познаването на технологичните специфики в пивоварството, както и способността да разграничаваш различните съставки и бирени стилове. За Христов изграждането на бирена култура като умения, техника и вкус идва във и чрез домашното производство на бира. Той очертава и възможностите за експерименти, които дава домашното производство. През 2015 г., седем години след представянето на неговата марка бира, собственикът на крафт бирата „Айляк“ акцентира върху значението на това все още да експериментира и като домашен производител:

„Със сигурност пътят към успешното развитие на бирената култура минава през домашното пивоварство. Дори и днес аз експериментирам с различни варки у дома. Аз мисля, че ние на всяка цена трябва да подпомагаме домашните пивовари. Аз не знаех нищо за бирата, освен че е сламеножълта газирана напитка. Също така като дете аз не правех разлика между бирария и пивоварна. Успях с четената на доказани чуждоезични книги за производство на бира и опитвайки да правя бира къщи, която както аз, така и моите приятели харесваха. Аз научих по трудния начин, че независимо колко добре успяваш да движиш напред нещата само с чист ентузиазъм, понякога има обстоятелства, които изискват ресурси“ (Tsaneva 2019).

Споделеното от Христов разкрива особености на крафт биреното общество и култура. Неговата лична история показва как търсенето на специфичен автентичен вкус от пивоваря е свързано с експерименти с продукти и техники. Тези експерименти са базират на практическо и технологично познание, придобито чрез самообучение и чрез активна комуникация и споделяне на вече усвоеното с други домашни или микропивовари. Освен този демократичен дух на обществото на занаятчиите пивовари друга специфика на тази общност е обучението и развиването на вкуса и културата на потребителите (Ivanov, 2016).

Според Иванов потребителите на крафт бира са привлечени от специфичните вкусове и тяхното многообразие. Той подчертава любопитството като това, което мотивира любителите на занаятчийската бира да отхвърлят конвенционалните бири и вместо това да потърсят автентични, необичайни и отличителни вкусове. Любопитството и уважението на потребителите към труда на занаятчийския пивовар са важна характеристика на крафт бирена култура. Това задава и едно потребление, базирано на информиран избор и емоционална връзка с продукта и производителя. В своя анализ на потребителските мотивации Иванов заявява, че микропивоварите от своя страна са „форсирани да предлагат на своите клиенти уникален продукт, чрез който да оправдаят по-високата му цена“ (Иванов, 2016: 80). Това, че се отличават от индустриалния масово произведен и стандартизиран вкус, е нещо, което българските занаятчийски производители твърдят като основна характеристика на своите продукти. В страстна изповед, публикувана на техния сайт, пионерите на една от първите български занаятчийски пивоварни – „Гларус“, споделят мотивацията си да стартират бизнеса: „Както повечето занаятчийски пивоварни, така и „Гларус“ е основан от домашни пивовари, любители на качествено и различно пиво. Веднъж видели и опитали разнообразието от вкусове, цветове и аромати на различните стилове бира, ние знаехме, че няма връщане назад към обикновения светъл лагер, който удавя пазара и лишава хората от право на избор.“⁸

Този цитат разкрива като основна мотивация за стартиране на производството именно идеология, зад която застават производителите

⁸ Гларус, „Екип“, <https://glarus.bg/bg/about-us/ekip.html> (посетено на 5.11.2020).

лите. Те заявяват противопоставянето си на масово произвежданите бири, поставяйки под въпрос качеството им и критикувайки липсата на разнообразие и стандартизирания вкус. По този начин пивоварната декларира своята готовност да бъде част от революция в начина, по който се произвежда бира, и във формирането на биреният вкус и култура. На сайта си те са публикували и Манифест, в който ясно заявяват идеологията, в която вярват. Манифестът очертава и тяхното разбиране за това какво представлява занаятчийската бирена култура и защо тя трябва да бъде популяризирана. Основното им послание е за „революция във всички аспекти на производството на бира“. Критиката към масово произвежданите продукти е остра, а призивът е за зачитането и следването на традициите в пивоварството и почитането на автентичния вкус. Манифестът се основава на три основни послания, които имат за цел да променят „отношението към бирата като цяло“ :

1. „Казваме **НЕ** на масово произведеното светло пиво, което има един и същи вкус независимо от марката. И казваме **ДА** на ейла – различен тип бира, който позволява много повече стилово и вкусово разнообразие.
2. Революционно **НЕ** на пастъризацията на пивото! **ДА** на пълния спектър от филтрирани и нефилтрирани бири (жива бира). Ние сме внимателни с преработката на нашите бири и те се отплащат с прекрасен, запомнящ се характер.
3. **НЕ** на евтините оризови и царевични добавки и **ДА** на най-качествените съставки, доставени от най-добрите производители на малц и хмел в света и България.“⁹

Манифестът е не само заявяване на крафт пивоварството като контрапункт на индустриалното производство, но показва добавените ценности, които има то. Той разкрива оценностяването на труда и мотивацията за социални и технологични трансформации се осъществява чрез производство, базирано на идеология и „страст към доброто и качествено крафт пиво“.¹⁰

Американският изследовател Хаягреева Рао посвещава изследване на тези, както той ги нарича – „бунтовници на пазара“, като разглежда как бизнесите, базирани на активизъм, трансформират

⁹ Манифестът е публикуван на сайта на „Гларус“, „За нас“, <https://glarus.bg/bg/about-us/about-glarus.html> (посетено на 5.11.2020).

¹⁰ Пак там.

наложените бизнес модели чрез радикални иновации. Той разглежда популяризирането на крафт бирата като социално движение, което цели „революция“ спрямо индустриално произведените, нискокачествени, стандартизирани бири. Манифестът на „Гларус“ е показателен, че занаятчийските пивовари в България са част от едно помощабно социално и икономическо движение, което цели да зададе нова идентичност на производството и консумацията на бира. Според Рао тези „движения за нова идентичност“ се зареждат от чувството за „ние“. Те възникват, „за да предизвикат доминиращи организации или категории, и се стремят да реализират нови колективни идентичности чрез изграждане на нови организации, които подчертават демокрацията, участието и овластяването“ (Raо, 2008: 43). Предприемачите от пивоварна „Гларус“ действат като говорители, представляващи общността на крафт бирата/пивото. Като такива те следват логиките, които Рао идентифицира. Те не само предизвикват индустриалните производители, дефинирайки ясно това, което именуват като проблематично в методите им на производство и подхода към потребителя, а също и в цялостното им разбиране за производството на бира. Нещо повече, те заявяват себе си като група, която се бори срещу статуквото, и овластяват себе си и всички, които са съпричастни към идеологията и идентичността, която носи занаятчийската бира, да променят пазара, собствените си виждания, потребление и бирата като цяло. Според Рао „ентусиастите на бирата“ успяват да създадат една „гореща кауза“ (hot cause) по отношение на „нежелания вкус на масово произвеждания лагер“ и разчитат на „хладно мобилизиране“ (cool mobilization) (малки варки, използващи традиционни методи за приготвяне на отличаващи се бири), за да подтикнат революция“ (цитирано в Withers, 2007: 16).

Както и други изследователи, разглеждани по-горе, изтъкват, тази нова крафт бирена култура е съвместен конструкт на производители и консуматори, които споделят сходни ценности и разбираня. В основата на тази култура е и противопоставянето на индустриалните принципи на производство, като се посочват негови отличителни характеристики като „безличният вкус“, пастъоризираната и нискокачествена бира, произведена от големите индустриални мощности. За разлика от тях занаятчийските бири се определят като висококачествени продукти, произведени с „най-добрите съставки“;

със зачитане на разнообразието от уникални на вкус бири, произведени от иновативни пивовари.

Анализирайки мотивацията на потребителите за консумация на занаятчийска бира, Борер също мисли в контекста на социалното противодействие и я дефинира като „акт на съпротива“ срещу попкултурата и масовия пазар – революция срещу глобализираните вкусови и производствени практики (Borer, 2016: 297). Независимо че не заявява връзката с опозиция на макдоналдизацията, тя е ясно разграничима.

Един от механизмите, които използват българските занаятчийски пивовари, за да се разпространи идеологията, залегнала в основата на културата на занаятчийската бира, е образоването на потребителите. Едно от посланията, заложено в налагането на нови дискурси и практики, е дискредитирането на вече съществуващите модели и налагането на нови. В тази връзка се подчертават разликите между занаятчийската и индустриалната бира. Твърденията за занаятчийска уникалност, качество, дух и новаторство се използват и като ключов аргумент при валидирането на по-високите цени на занаятчийските бири.¹¹ Анализирайки мотивацията на потребителите да закупят занаятчийска бира, Иванов заключава, че ключова мотивация е „възможността за информиран избор на продукт или услуга, който задоволява специфични нужди на потребителите, което измества фокуса от ниската цена към продукта с висока стойност, за която трябва да се плати“ (Иванов 2016: 78). С други думи, основната мотивация за потреблението на занаятчийска бира се основава на валоризацията на уникалността на продукта и разграничаването от индустриалното (което е с отрицателен знак и конотация). Това приписване на идеологическа стойностно и ценностното натоварване на избора се приемат като част от информирания избор, както и като знак за споделяната от производителите и потребителите култура на занаятчийската бира.

Въплътените оценъчни стойности са също свързани и с процесите на символни борби, които да наложат едно виждане и практика над друго. В този случай сблъсъкът е между крафт (занаятчийско) и индустриално производство и потребление. Според Уитърс тези символни „преговори“ са част от включването (аз бих добавила – или

¹¹ Цените варират, но като цяло са два до три пъти по-високи от индустриалните бири.

изключването) на потребителите като съотнасящи се и разпознаващи се (или не) като част от крафт бирената култура (Withers, 2017). Уитърс основава това свое заключение на анализа на Флак, според когото изборът, който прави потребителят по отношение на бира, която ще (или няма да) консумира, е „социологически маркер или символ на самоопределение“ (Flack, 1997: 46). Багински и Бел предполагат, че закупуването на занаятчийска бира представлява елитна консумация поради изградената представа (от производители и консуматори), че това е един „престижен продукт“. Според това позициониране на крафт бирата като елитарен потребителски избор тя може да бъде мотивиран избор на потребители от „висок клас“ (Baginski and Bell, 2011: 155). Високият клас се съотнася по-скоро към социалната позиция и финансови възможности на потребителя. Това ограничава информирания потребителски избор, като не се взема под внимание, че не само статутът играе роля за избора на крафт бира, а също и идеологиите, които го мотивират. Ценово крафт бирата може да не „подхожда“ на определени потребители, но те, водени от определени личностни внушения, отново се насочват към нея. Независимо от това уточнение ценовият клас на крафт бирата определено я позиционира към определен потребителски сегмент. Мъри и О'Нийл определят потребителя на занаятчийска бира като „софистициран“ и „зискателен“, със своята култура на потребление и информиран избор. Те подчертават значението не само на качеството и вкуса, но също така налагат разбирането, че занаятчийската бира носи по-висок социален престиж и стойност поради специфичната култура и майсторството, заложили в продукта (Murray and O'Neill, 2012: 900). Уитърс доразвива разбирането за потреблението на занаятчийска бира като акт на революция срещу масовия пазар. Според него „консумацията на занаятчийска бира е начин да се препокриват вкус, идентичност и популярна култура, начин потребителят да се пребори с отегчението, идващо от хомогенизацията на пазара. Чрез това „да се консумира крафт“, потребителят изкусно защитава и използва вкуса, за да предоговаря символни граници и да бъде разпознаван от „съмишлениците“ си. „Така потребителите спомагат за растежа на този пазар чрез своята консумация, която е средство за дистинкция и предоговаряне на личния вкус“ (Withers, 2017: 16 – 17).

Ролята, която пивоварите играят в тези процеси на конструиране и договаряне на вкуса като част от изграждането на обща кул-

тура и отношение към крафт бирата, се представя от самите тях като процес на обучение на потребителите. Ролята, която „Айляк“ (базирана в София) и „Гларус“ (варненска пивоварна) имат в тези процеси, беше дискутирана по-горе, но те не са единствените, които повлияват и промотират крафт бирената култура в България. Други крафт производители, като „Диво пиво“ и „Бял шърк“ (и двете – софийски пивоварни), са също едни от първите предприемачи в този сегмент. Всяка една от тези пивоварни работи активно за идентифициране и развитие на определени консуматори, отдадени на марката, но също и на идеята за занаятчийското пиво като споделена страст към висококачествена бира. Към настоящият момент в крафт бирените среди това са добре разпознаваеми брандове и те могат да бъдат определени като лидери в този специфичен сегмент. Тази им позиция и популярност се дължи на усилията, които те полагат през годините, за да промотират крафт бирата и бирената култура. Техни основни канали са бизнес сайтовете им, социалните медии, участията в крафт бирени фестивали и дегустации, телевизионни и други медийни прояви. Немаловажно за развитието на крафт бирената култура е и развитието на физически и онлайн магазини за продажба на български и световни занаятчийски бири, както и специализираните барове, бирарии и пъбове.

Всеки един от изброените производители има доста активно участие в различни медии, като по този начин популяризира марката и разбирането за крафт бира сред по-широка публика. В интервюта за медиите те заявяват своите разбирания за занаятчийска бира, както и защо и как я произвеждат и как тя се различава от индустриалното производство. Тези истории стават също допълнителна мотивация за информирания избор на потребителите, но също така са и мотиватор за други предприемачи да последват примера им и отворят свои пивоварни. Така „семейството“ на потребителите и производителите на крафт бира нараства през годините. Други популярни производители, наложили се на пазара, са *Rhombus* (Пазарджик), *Hills* (Пловдив/Перущица), *Blek Pine* (София), *Beer Bastards* (Бургас), *Kazan Artizan* (Бистрица), *Metal head Brewery* (Бургас) и *Трима и двама* (Сливен). Първоначално крафт пивоварните се базират в големите български градове (София, Бургас, Варна, Пловдив и Пазарджик). С развитието на пазара и с растящия интерес от страна на потребителите и в други по-малки градове постепенно се появя-

ват занаятчийски пивоварни. Такива са сливенската *Трима и двама*, блягоевградската *Can Supply* и ловешката *Meltum Brewery*.

БИБЛИОГРАФИЯ

- Baginski, J. And T. Bell (2011).** Under tapped? An analysis of craft brewing in the Southern United states. *Sothern Geographer*, 8 (11), 165 – 185.
- Borer, M. I. (2015).** Consuming Craft. In: Dennis D. W. and P. Vannini (Eds.). *Popular Culture as Everyday Life*, editors. New York: Routledge.
- Brewers of Europe (2019).** *European Beer Trends. Statistics Report*. Brussels: Brewers of Europe, 2019, <https://brewersofeurope.org/uploads/mycms-files/documents/publications/2019/european-beer-trends-2019-web.pdf>
- Campbell, C. (2005).** The Craft Consumer: Culture, craft and consumption in a postmodern society. *Journal of Consumer* 5, 23 – 42.
- Flack, W. (1997).** American microbreweries and neolocalism: „Ale-ing“ for a sense of place. *Journal of Cultural Geography*, 16 (2), 37 – 53.
- Garavaglia, C. and J. Swinnen (Eds.) (2018).** *Economic Perspectives on Craft Beer. A Revolution in the Global Beer Industry*. Cham: Palgrave Macmillan.
- Gatrell, J., N. Reid, and T. L. Steiger (2018).** Branding spaces: Place, region, sustainability and the American craft beer industry. *Applied Geography*, 90, 360 – 370.
- Ivanov, Y. (2016).** Price Aspects of „Craft“ Beer’s Competitiveness in Bulgaria. *Journal of Varna University of Economics*, 60, 80 – 95.
- Kodzhaivanova, A. (2018).** Malkata revoljutsiya na kraft birata. *Kapital*, 21 септември [Коджаиванова, А. (2018). Малката революция на крафтбирата. *Капитал*] https://www.capital.bg/biznes/2018/09/21/3314348_malkata_revoljuciiia_na_kraft_birata/
- Lassaut, B. Sylvander (1997).** Producer-consumer relationships in typical products supply chains: where are the theoretical differences with standard products? In: Arfini, F. and Mora, C. (Eds.) *Typical and Traditional Products: Rural Effect and Agro-Industrial Problems*, proceedings of the 52nd EAAE, 239 – 255.

- Miles, S. (2018).** The Emergence of Contemporary Consumer Culture. In: O. Kravets, P. Maclaran, S. Miles, and A. Venkatesh (Eds.). *The SAGE Handbook of Consumer Culture*, 13 – 26. London: Sage.
- Munch, N.-D. (2020).** Number of active beer microbreweries in Bulgaria from 2008 to 2018. *Statista*, <https://www.statista.com/stistics/447637/bulgaria-number-beer-microbreweries/>
- Murray, D. W. and M. A. O'Neill (2012).** Craft beer: Penetrating a niche market. *British Food Journal*, 114 (7), 899 – 909.
- Pokrivčák, J. and all. (2019).** Development of beer industry and craft beer expansion. *Journal of Food and Nutrition Research*, 1, 63 – 74.
- Rao, H. (2008).** *Market Rebels: How Activists Make or Break Radical Innovations*. Princeton: Princeton University Press.
- Reid, N. and J. D. Gatrell (2017).** Creativity, Community, and Growth: A Social Geography of Urban Craft Beer. *Region*, 4(1), 31 – 49.
- Rodgers, D.M. and R. Taves (2017).** The Epistemic Culture of Homebrewers and Microbrewers, *Sociological Spectrum*, 37(3), 127 – 148.
- Stoilova, E. (2020).** Craft Beer Culture and Creative Industries in Plovdiv, Bulgaria. *Papers in Applied Geography* 6, 222 – 239.
- Withers, E. T. (2017).** The Impact and Implications of Craft Beer Research: An Interdisciplinary Literature Review In: Carol, K., S. L. Slocum, C. T. Cavaliere (Eds.). *Craft Beverages and Tourism*, vol. 1, 11 – 24. London: Palgrave Macmillan, 2017.

THE NEW CITY CRAFTS: CRAFT BEER AND THE NEW BEER CULTURE

Assoc. Prof. Dr. Elitsa Stoilova

“Paisii Hilendarski” University of Plovdiv

Abstract:The research aims to understand the specifics of craft beer in the context of urban craft. In the last decade, the production and consumption of the so-called “craft beers” are gaining popularity in Bulgaria. This new phenomenon is also associated with the imposition of a specific culture of consumption and production ethics, which are defined as craft beer culture. This emerging culture of production and consumption is characterized by the imposition of a new business model that is based on shared knowledge, close

relationships between brewers, mutual sharing of experience and often joint projects. Another specificity is the development of market relationships, in which consumer-user relationships are shortened and become more and more immediate. The industry is based on traditional knowledge and innovation, as well as close producer-consumer relationships. The paper will trace the development of craft beer culture in Bulgaria.

Keywords: *craft beer, craft beer culture, crafts*

ЗА АВТОРИТЕ

Меглена Златкова е доцент, заместник-декан на Философско-историческия факултет и ръководител на Катедра „Етнология“ на Пловдивския университет „Паисий Хилендарски“. Участва в множество национални и международни изследователски проекти, свързани с диалог между културите, общности, наследства, социални динамики, местно развитие, миграции и граници.

Преподава курсове: Градски изследвания, Визуална антропология, Етносоциология, Методология на проекти, Нематериално културно наследство, Сензорна антропология и Летни студентски теренни практики. Изследователските ѝ интереси са в областите на идентичност, културно наследство, градски пространства и общности, миграции и др.

Член е на международната мрежа на фасилитаторите за Нематериално културно наследство към ЮНЕСКО. Автор е на две монографии, две колективни монографии и множество статии и студии.

Добринка Парушева е доцент по теория и история на културата в ПУ „Паисий Хилендарски“ и доцент по модерна история на Югоизточна Европа в Институт за балканистика с център по тракология – Българска академия на науките. Нейните научни интереси са в областта на историята и културата на Югоизточна Европа (особено градска история и всекидневна култура; политическа култура и карикатура), както и на визуалните изследвания. Сред най-новите ѝ публикации са Parusheva, D. *Cities along the Route: Plovdiv Becoming Modern at the End of the Nineteenth Century*, in Florian Riedler and Nenad Stefanov (eds) *The Balkan Route. Historical Transformation from Via Militaris to Autoput*. De Gruyter: Berlin/Boston 2021, pp. 121 – 138; Парушева, Д. *Модерният град на Балканите: посоки и перспективи на проучванията*. В: Прешленова, Р. *Градът на Балканите: пространства, образи, памет*. София: ИБЦТ – БАН 2021, с. 33 – 58; Parusheva, D. *Description of Images – Images of Description*, *Ethnologia Bulgarica*, vol. 7/2021, 3 – 13 и др.

Зорница Драганова е изследовател в областта на културологията и градската антропология. Има лекторски и организационен опит с асистирание и водене на курсове в различни висши училища и като инициатор на поредици образователно-дискуссионни събития. Към 2022 г. Зорница Драганова е главен асистент в секция „Публични политики и социални промени“ на Института по философия и социология към БАН. Интересите ѝ са: микроинициативи и политики в културния сектор, социални мобилизации, културно предприемачество, градски изследвания и др.

Снежана Горянова е завършила Софийски университет „Св. Климент Охридски“, Исторически факултет, история, със специализация по археология (1987 г.). Работи като Археолог-проучвател в Национален археологически институт с музей към Българска академия на науките, Секция за средновековна археология.

Сфера на научни интереси: средновековна и късносредновековна археология, старите български столици, средновековният град, религиозна и гражданска архитектура, бит и ежедневен живот, етнография. Участие и ръководство на археологически проучвания във Велики Преслав (от 1990 г. до сега), Провадия (2004 – 2008 г.), София (от 2000 – 2001 г., 2010 – 2019 г.)

Димо Чешмеджиев е доцент по теория и история на културата в ПУ „Паисий Хилендарски“ и професор по История на България (Средновековна история на България) в Кирило-Методиевския научен център при Българската академия на науките. Доктор на историческите науки. Научните му интереси са съсредоточени в изследване на културата и книжнината на Средновековна България. Автор на четири монографии (едната в съавторство), и на повече от 150 студии и статии в редица национални и международни издания – в България, Русия, Украйна, Полша, Словакия, Гърция, Италия, Франция, Сърбия. Изнасял лекции в университетите на Лодз, Краков, Нитра, Братислава, Рим III, Ка Фоскари – Венеция, Лисабон. Гост-професор в университета Париж 1 – Сорбона. Специализирал в Папския институт за изтока в Рим, Института за средновековна италианска история в Рим, Френския институт за библейска археология в Йерусалим, Центъра за византийски изследвания в Париж. Член на редколегиите в научни славистични издания в Словакия и Украйна.

Борислава Петкова е доктор по фолклористика, главен асистент в катедрата по етнология на Философско-историческия факултет в Пловдивския университет „Паисий Хилендарски“. Преподава по дисциплините фолклорна култура, обща митология, културология и провежда семинарните занятия по история и антропология на религиите. Участва в екипите на различни национални и международни научни и научно-приложни проекти, ръководител е на няколко проекта за младежки обмен по програма Еразъм+. От 2011 г. е координатор на The Balkan Summer School on Religion and Public Life. Научните ѝ интереси са в областта на нематериалното културно наследство, фолклорната култура, словесния фолклор, етническата и религиозната идентичности, културите и наследствата на етноконфесионалните общности, интеркултурния диалог и др. Автор е на една монография, посветена на фолклорните легенди за сътворението и грехопадението, както и на студии и статии в широките полета на етнологията и антропологията.

Георги Иванов е етнолог, завършил бакалаварска степен във ФИФ към ПУ „Паисий Хилендарски“ със защита на дипломна работа: Тяло и телесност във време на криза – рефлексии за пандемията от COVID-19. Работи като куратор в РИМ – Пазарджик в отдел „Етнография“. Там изследва как тялото се разбира, експонира и излага в българската традиционна култура и как се трансформира в късната модерност. Понастоящем е магистрант в специалност „Социоанализа и междучовешки отношения“ в споменатия факултет. Основните му изследователски интереси са насочени към тялото, социокултурното и психичното; техните модалности и индиосинক্রазии.

Васил Караджов е докторант към катедра Етнология на Пловдивския университет „Паисий Хилендарски“ с тема на дисертационния труд „Устни наративи на града – конструиране на образи“. Работи като асистент в секция „Дигитално културно наследство“ към Институт за балканистика с център по тракология на Българска академия на науките. С научни интереси в областите културно наследство, културен туризъм, градска антропология, визуална антропология, наратология и дигитална хуманитаристика.

Елица Стоилова е доцент в Пловдивския университет в катедра „Етнология“ на Философско-историческия факултет. Изследователските ѝ интереси са в областта на социалните науки: изследване на храната и храненето, нематериалното културно наследство и въпросът за идентичността. От близо пет години работи върху кулинарните фестивали в България и техните специфики.

**КАПАНИТЕ НА ГРАДА:
НЕМАТЕРИАЛНО КУЛТУРНО НАСЛЕДСТВО**

СБОРНИК С ДОКЛАДИ

Българска, първо издание

Коректор: Гергана Иванова

Предпечатна подготовка: Гергана Георгиева

Печат и подвързия: Пловдивско университетско издателство

Пловдив, 2022

ISBN 978-619-7663-23-5

Сборникът „Капаните на града“ ни потапя в калейдоскоп от цветове, звуци, аромати и вкусове, запознава ни с хората и техните истории и така ни прави съпричастни на живота на Града в неговата историческа протяжност. Работата на пловдивския екип върху нематериалното културно наследство в градска среда демонстрира разнообразие от подходи и изследователски резултати и убедително аргументира необходимостта от настоятелно вглеждане в невидимите нишки, свързващи нашето минало с настоящето и бъдещето.

проф. д.н.к. Мария Шнитер

Сборникът ни въвежда в градски пространства и места, в чиито очарователни “капани” мнозина от нас биха желали да попаднат. Това са сензорни и символни, урбанистични и дискурсивни пространства, места на исторически напластявания и на съвременна събитийност. Авторите чертаят маршрути през тези пространства и сочат перспективи за бъдещи изследвания. Книгата е едновременно изкусителна и задълбочена, увлекателно четиво и сериозен принос към градската антропология и антропологията на наследството.

проф. Даниела Колева

