

КАПАНИТЕ НА ГРАДА



ПЛОВДИВСКО УНИВЕРСИТЕТСКО ИЗДАТЕЛСТВО

КАПАНИТЕ НА ГРАДА: НЕМАТЕРИАЛНО КУЛТУРНО НАСЛЕДСТВО

Сборник с резюмета на научни доклади

ПЛОВДИВСКО УНИВЕРСИТЕТСКО ИЗДАТЕЛСТВО



Публикуването 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!

Съставители и редактори: Борислава Петкова, Васил Караджов

Художник на корицата: Димитрина Караджова

© Меглена Златкова, Добринка Парушева, Зорница Драганова, Снежана Горянова, Димо Чешмеджиев, Борислава Петкова, Златина Богданова, Георги Иванов, Eleni Sideri, Eleni Kapetanaki, Васил Караджов, Мария Кисикова, Елица Стоилова – автори, 2022

© Пловдивско университетско издателство, 2022

ISBN 978-619-7663-39-6

Edited by: Borislava Petkova, Vasil Karadzhov

Cover art: Dimitrina Karadzhova

Editor of English Content: Dimitar Panchev

© Meglena Zlatkova, Dobrinka Parusheva, Zornitsa Draganova, Snezhana Goryanova, Dimo Chesmedzhiev, Borislava Petkova, Zlatina Bogdanova, Georgi Ivanov, Eleni Sideri, Eleni Kapetanaki, Vasil Karadzhov, Mariya Kissikova, Elitsa Stoilova – authors, 2022

© Plovdiv University Press

ISBN 978-619-7663-39-6

СЪДЪРЖАНИЕ

„ТЮТЮН, МЕТАЛ И КАЛДЪРЪМ“: СЕТИВНОСТ, ПАМЕТ И НЕМАТЕРИАЛНО КУЛТУРНО НАСЛЕДСТВО В ГРАДА	7
<i>доц. д-р Меглена Златкова</i>	
В КАПАНА НА СЕТИВАТА.....	13
<i>доц. д-р Добринка Парушева</i>	
АКТУАЛНИ ПРАКТИКИ И ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА В СФЕРАТА НА КУЛТУРНОТО ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО В БЪЛГАРИЯ	17
<i>ас. д-р Зорница Драганова</i>	
ЗА НАСЛЕДЯВАНЕТО И ПРОМЕНЕТЕ НА ГРАДСКИТЕ ПРОСТРАНСТВА В СОФИЯ ПРЕЗ СРЕДНИТЕ ВЕКОВЕ И ОСМАНСКИЯ ПЕРИОД (ГЛЕДНАТА ТОЧКА НА ЕДИН АРХЕОЛОГ)	22
<i>Снежана Горянова</i>	
НЯКОЛКО БЕЛЕЖКИ ЗА ПЛОВДИВСКИТЕ ЦЪРКВИ ПРЕЗ ОСМАНСКИЯ ПЕРИОД	26
<i>доц. д-р Димо Чешмеджиев</i>	
РЕКЛАМАТА НА СТОКИ И УСЛУГИ В ПЛОВДИВ В ГОДИНИТЕ СЛЕД ОСВОБОЖДЕНИЕТО	30
<i>гл. ас. д-р Борислава Петкова</i>	
РЕВИТАЛИЗАЦИЯ НА НАСЛЕДСТВОТО В ТВОРЧЕСКИЯ КВАРТАЛ НА ПЛОВДИВ – „КАПАНА“	34
<i>гл. ас. д-р Златина Богданова</i>	
НЕМАТЕРИАЛНОТО КУЛТУРНО НАСЛЕДСТВО: (ТЯЛО), МАСКА И ПРОСТРАНСТВО (ПАНДЕМИЧНИ КОНТЕКСТИ).....	38
<i>Георги Иванов</i>	
НЕЙНИТЕ ИСТОРИИ ЗА ОБЛЕКЛО, ПРОСТРАНСТВО И СОЛИДАРНОСТ В ИСТОРИЧЕСКИЯ ЦЕНТЪР НА СОЛУН: НЕМАТЕРИАЛНО НАСЛЕДСТВО И МАТЕРИАЛНОСТИ	42
<i>Елени Сидери, Елени Капетанаки</i>	
ГРАДСКИТЕ НАРАТИВИ КАТО ЕЛЕМЕНТ НА НЕМАТЕРИАЛНОТО КУЛТУРНО НАСЛЕДСТВО.....	46
<i>ас. Васил Караджов</i>	

ВСЕКИДНЕВНИ ИСТОРИИ И ОБРАЗИ НА ГРАДА.....	50
<i>гл. ас. д-р Мария Кисикова</i>	
НОВИТЕ ГРАДСКИ ЗАНАЯТИ: ЗАНАЯТЧИЙСКАТА БИРА И НОВАТА БИРЕНА КУЛТУРА	54
<i>доц. д-р Елица Стоилова</i>	
ЗА АВТОРИТЕ	58

TABLE OF CONTENTS

“TOBACCO, METAL AND COBBLESTONES”: SENSIBILITY, MEMORY AND INTANGIBLE CULTURAL HERITAGE IN THE CITY	10
<i>Assoc. Prof. Dr. Meglena Zlatkova</i>	
IN <i>KAPANA</i> (<i>TRAP</i>) OF THE SENSES	15
<i>Assoc. Prof. Dobrinka Parusheva, PhD</i>	
CURRENT PRACTICES AND CHALLENGES IN THE FIELD OF CULTURAL ENTREPRENEURSHIP IN BULGARIA	20
<i>Assistant Prof. Dr. Zornitsa Draganova</i>	
ABOUT THE SUCCESSION AND CHANGES OF THE URBAN SPACES IN SOFIA IN THE MIDDLE AGES AND THE OTTOMAN PERIOD (AN ARCHAEOLOGIST’S PERSPECTIVE)	24
<i>Snezhana Goryanova</i>	
SOME NOTES ON THE CHURCHES OF PLOVDIV IN THE OTTOMAN PERIOD	28
<i>Associate Professor Dr. Dimo Chesmedzhiev</i>	
THE ADVERTISING OF GOODS AND SERVICES IN PLOVDIV IN THE YEARS AFTER THE LIBERATION.....	32
<i>Chief Assistant Professor Dr. Borislava Petkova</i>	
REVITALIZATION OF HERITAGE IN THE CREATIVE DISTRICT OF PLOVDIV – <i>KAPANA</i>	36
<i>Assistant Professor Dr. Zlatina Bogdanova</i>	
INTANGIBLE CULTURAL HERITAGE: (BODY) MASK AND SPACE (PANDEMIC CONTEXTS)	40
<i>Georgi Ivanov</i>	
HER-STORIES OF CLOTHING, SPACE AND SOLIDARITIES IN THESSALONIKI’S HISTORICAL CENTRE: INTANGIBLE HERITAGE AND MATERIALITIES	44
<i>Eleni Sideri, Eleni Kapetanaki</i>	
URBAN NARRATIVES AS AN ELEMENT OF INTANGIBLE CULTURAL HERITAGE	48
<i>Assistant Professor Vasil Karadzhev</i>	

EVERYDAY STORIES AND IMAGES OF THE CITY 52

Chief Assistant Professor Dr. Mariya Kissikova

**THE NEW CITY CRAFTS: CRAFT BEER
AND THE NEW BEER CULTURE..... 56**

Associate Professor Dr. Elitsa Stoilova

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

доц. д-р Меглена Златкова

Пловдивски университет „Паисий Хилендарски“

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

„Капаните на града“ са капани на нашите собствени сетива. Градът е част от сетивния опит на обитателите и сензорен пейзаж (“sensescape”) (Bunkse 2007: 222). Тъй като обединяващият фокус на нашата книга е пловдивският квартал „Капана“, а методологическото предизвикателство пред антрополозите и етнологите са „капаните на града“, те са анализирани за Пловдив от интервюта с един пловдивски арменец (проведени са в периода 1999 – 2000 г.), който през целия си живот обитава общото пространство в центъра на града, свързано и със Стария град, и с „Капана“, и с Тютюневия град.

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 се анализират сетивни образи на три градски места, които се изграждат в наративите и спомените на един занаятчия – А. К., носител на нематериалното културно наследство, който е част и от арменската общност в Пловдив. Най-общо в методологията на сензорната антропология (Pink 2009, Златкова 2020) могат да се очертаят два подхода – на създаване на данни чрез мултисензорни интервюта, сензорни разходки и др. или на използване на вече конструирани данни. В текста е използван вторият.

За да се проблематизира начинът на изграждане на „сензорния пейзаж“ на града, са идентифицирани устойчиви образи на сетивни спомени, както и начин на разказване за тях. Разбирането за занаята от занаятчията е, че: „За да се правят струни, няма училище и няма учебници. Или ще ги направиш сам, или няма да ги направиш. (...) аз съм изб-

роявал 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.).

Друг аспект от конструиране на сензорния пейзаж са трансформациите на местата, представени чрез спомените на сетивата. 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 поради промененото място на човека в градските сензориум и социум. Очертава се и един своеобразен „път на тютюна“, свързващ Тютюневия град до железопътната гара със Стария град и „Капана“. Път, маркиран от миризма на тютюн, звуци на метал и усещане за грапавината на калдъръма.

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 паметта за общите градски пространства, каквито са „Капана“ и Тютюневият град, се вписват спомените за арменците, които са имали специфични занаяти: „Е, традиционно златарство, търговия някаква, малко индустрия. Братята Асадоргорян. Тая фамилия се занимаваше с индустрия и със железарство – търговия. Тяхна братовчедка е известната някога пианистка Зорка Саян. На „Капана“ обаче имаше малки работилници ... Самуел Караян ... ателиенце имаше ... поправяше цигулки“ (А. К.).

В много от интервютата ми със събеседници от различните етнически общности в Пловдив, родени през първата половина на XX век, спомените и разказите, провокирани от сензорните спомени, доминират за периода преди 1944 година. За „Капана“ и Стария град има много разкази за миризми и вкусове, но и за емоции и ценности – за тютюн, за храна, за 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“ (Николова 2020), каквито са обонянието и допирът, са по-скоро изключение, защото тези две пространства губят своите традиционни обитатели. Старият град се институционализира като културно наследство, а „Капана“ след дискусии как да бъде реконструиран, също е запазен като архитектура и е регистриран като колективен паметник на културата. Това своеобразно „изземване“ на сгради, места и пространства от хората променя и сензорния пейзаж на града, както и употребите на тези пространства.

Благодарение на един мащабен културен проект, какъвто е „Пловдив 2019 – Европейска столица на културата“, пространствата на „Капана“, на Стария град и на т.нар.

Тютюнев град са свързани с дейности, взаимодействия и културни проекти, създаващи предимно визуални образи и усещания от „туризма на преживяването“, в които обаче миризмата на тютюн, звуците от металите и усещането за калдъръма постепенно изчезват с пресемантизирането на местата и промяната на близките връзки между общностите в града.

БИБЛИОГРАФИЯ

- 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. Годор Ив. Живков. София: Изд. на НБУ, 222 – 242.
- Николова, Н. (2020).** Excrementum. Сетива на близостта. София: „Критика и хуманизъм“.
- 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.
- Pink, S. (2009).** *Doing Sensory Ethnography*. London: SAGE Publications Ltd.

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

Assoc. Prof. Dr. Meglena Zlatkova

Paisii Hilendarski University of Plovdiv

Keywords: *sensory memory, intangible cultural heritage, sensory landscape, “The Trap”*

“City Traps” are traps of our own senses. The city is part of the sensory experience of the inhabitants and a sensory landscape (“sensescape”) (Bunkse 2007: 222). As the unifying focus of our book is the Plovdiv district “Kapana”, and the methodological challenge for anthropologists and ethnologists are “city traps”, interviews with a Plovdiv Armenian conducted in 1999-2000 are analyzed, who in all of his life has inhabited the common space in the center of the city, connected with the Old Town, Kapana and the Tobacco City.

According to the 2003 UNESCO Convention, intangible cultural heritage is defined as: “customs, forms of representation and expression, knowledge and skills, as well as related tools, artefacts and cultural spaces recognized by communities, groups and in some cases individuals as part of their cultural heritage. This intangible cultural heritage, passed down from generation to generation, is constantly recreated by communities and groups depending on their environment, their interaction with nature and their history and forms their sense of identity and continuity, thus helping to promote respect for the cultural diversity and creativity of humanity” (2003 Convention).

The paper analyzes sensory images of three urban places, which are built in the narratives and memories of the craftsman A.K. – bearer of the intangible cultural heritage, which is also part of the Armenian community in Plovdiv. In general, in the methodology of sensory anthropology (Pink 2009, Zlatkova 2020) two approaches can be outlined – data creation through multi-sensory interviews, sensory walks and more, or the use already constructed data. The second approach is used in the text.

In order to problematize the way of building the “sensory landscape” of the city, sustainable images of sensory memories have been identified, as well as a way of telling about them. The craftsman’s understanding of the craft is that: “To make strings – there is no school and no textbooks. Either you make them yourself or you don't. (...) I have listed sometimes, twelve areas of knowledge that you need to know, to master in order to be able to make a string with which people can go out to play” (AK).

Another aspect of constructing the sensory landscape is the transformations of places represented by the memories of the senses. In these transformations, sensory memories

activate a narrative of past events rather than the present, not only because of the changed function of urban places, but also because of the changed place of man in urban sensorium and society. There is also a kind of “tobacco road” connecting the tobacco town to the railway station with the old town and Kapana. A road marked by the smell of tobacco, the sounds of metal and the feeling of the roughness of the cobblestones.

On this map, outlined by personal sensory memories, are superimposed citywide stories of important Plovdiv Armenian families, owners of tobacco factories and the personal destinies of many people who connect their lives with tobacco – Armenian refugees, village migrants, refugees from White Sea Thrace and Macedonia, ethnic and religious groups, as well as the experience of all newcomers or those departing by train from the city, who pass by tobacco warehouses and factories and inhale the specific odor of buildings on the way to the Plovdiv railway station.

Memories of Armenians who had specific crafts are inscribed in the memory of common urban spaces, such as Kapana and the Tobacco City: “Well, traditional goldsmithing, trade of some kind, little industry. The Asadorgoryan brothers. This family was engaged in industry and iron – trade. Their cousin is the once famous pianist Zorka Sayan. At Kapana, however, there were small workshops ... Samuel Karajan ... there was an atelier ... he repaired violins” (A.K.).

In many of my interviews with interlocutors from different ethnic communities in Plovdiv, born in the first half of the twentieth century, the memories of the stories provoked by sensory memories dominate the period before 1944. There are many stories about Kapana and the Old Town about smells and tastes, but also emotions and values - tobacco, food, closeness between people; for sounds – the children's noise and the neighbours' shouts on the streets of the Old Town, the sounds of the various crafts in Kapana and the multilingual conversations. After the political changes in Bulgaria and the period of socialism, the Kapana and the Old Town are mostly spoken with visual images and the sensory landscape begins to be dominated by sights and partly sounds. “Senses of closeness” (Nikolova 2020), such as smell and touch, are rather an exception, because these two spaces are losing their real inhabitants. The Old Town is being institutionalized as a cultural heritage site, and Kapana, after discussions on how to reconstruct it, has also been preserved as an architecture and registered as a collective cultural monument. This kind of “seizure” of buildings, places and spaces by people and the inclusion changes the sensory landscape of the city, as well as the uses of these spaces.

Thanks to a large-scale cultural project, such as “Plovdiv 2019 – European Capital of Culture” the spaces of Kapana, the Old Town and the so-called Tobacco City are associated with connections and interactions and cultural projects, creating mainly visual images and sensations of “experience tourism”, in which, however, the smell of tobacco, metal sounds and the feeling of cobblestones gradually disappear, with re-semanticization of places and changes in connections between the communities in the city.

BIBLIOGRAPHY

- Zlatkova M. (2020).** City and sensibility – possible approaches to sensory ethnography of the city (pp. 222 – 242). In: *On the spiral of knowledge. Proceedings of the scientific conference “Locus and Universe – 20 years later”, dedicated to the 80th anniversary of the birth of Prof. Ph.D. Todor Iv. Zhivkov.* Sofia: New Bulgarian University Publishing House.
- Nikolova, N. (2020).** *Excrementum. Senses of closeness.* Sofia: Critique and Humanism.
- 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.
- Pink, S. (2009).** *Doing Sensory Ethnography.* London: SAGE Publications Ltd.

В КАПАНА НА СЕТИВАТА

доц. д-р Добринка Парушева

Пловдивски университет „Паисий Хилендарски“

Институт за балканистика с център по тракология – БАН

Ключови думи: звуков пейзаж, сетивни спомени, интерсензитивност, публично пространство

Капана е едно от най-популярните публични места в Пловдив, особено през последните години. Целта на текста е да реконструира малка част от споделеното (и споделяно) сетивно знание за пловдивския квартал. 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.

Във фокуса на вниманието са образите (визуалните образи) и звуците на *Капана*. Сведенията за тях са почерпени не само от публикувани изследвания за Пловдив в края на XIX и през XX век, но и от лични/семеенни спомени и снимки. Освен това съм използвала и редица коментари и спомени във фейсбук групи (например *Акция „Фото Пловдив“*, *Капана.БГ – kapana.bg* и др.), т.е. изследователският терен е смесен (архивни материали, спомени, преса, дигитален терен). Избрала съм да представя две „извадки“ – една от миналото и една от настоящето. И тук под настоящето 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.

Първата част, „*Снимка“ от миналото*, предлага изложение за края на XIX и началото на XX век, когато 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, обонянието и зрението, защото именно тези сетива са най-често провокирани от случващото се наоколо. Проследени са звуците „образи“, доминиращи пространството, както природни, така и генерирани от хората – такива, които свидетелстват за социални употреби на публичното пространство. Споделени са и са запазени визуални образи на *Капана*, които 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.

Тези функции са проследени и във втората част, *(Пред)настоящи усещания*, която дискутира 80-те години на XX век. По това време всички звуци са свързани почти изключително с производство и те идват от множество малки работилници: железарски, медникарска, хидравлична и др. Отделено е внимание и на най-привлекателната за децата работилница – за елхови играчки. Споделените спомени, предимно във фейсбук групи, 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, които обясняват впечатлението ми за *Капана* като занемарено и тъжно място, което би спечелило от всякакъв опит за обновяване и освежаване.

Ако обърнем поглед към *Капана* в наше време, наричан „квартал на творческите индустрии“, но в действителност повече „квартал на множеството заведения“, без никакво съмнение звуците са, които доминират. Те не само доминират, те предизвикват и конфликти между собственици на заведения и живеещи в това градско пространство. Превръщането на квартала в място (предимно) за предлагане на услуги, т.е. в място за развлечения, води до идеята за звука или по-скоро за шума като социален проблем, който няма да бъде решен скоро, ако въобще е възможно да се намери решение, задовляващо и двете страни.

IN KAPANA (TRAP) OF THE SENSES

Assoc. Prof. Dobrinka Parusheva, PhD

Paisii Hilendarski University of Plovdiv

Institute of Balkan Studies with Center of Thracology – BAS

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

Kapana is one of the most popular public spaces in Plovdiv, in the recent years in particular. This text aims at reconstructing a small part of the shared sensory knowledge about this neighborhood. Stories of sounds, images, smells, tastes and sensations of touch always outline trajectories of structured interaction between people and environment, which result from the specific social and cultural context undoubtedly. Conversely, sensory perceptions are not only part of the history of place as much as the economy, politics and social problems are, they contribute to the enrichment of this history too.

This text is focused on the images (visual images) and sounds of *Kapana*. The information comes from the published research on Plovdiv in the late 19th and during the 20th century, but it also draws on personal/family memories and photographs. In addition, I have used a number of comments and memories in Facebook groups (for example, *Action Photo Plovdiv*, *Kapana.BG - kapana.bg*, etc.), i.e. the base of research is mixed (archival materials, memories, press, and digital space). I have chosen to present two “cases” – one from the past and one from the present; and here by present I mean personal time, i.e. the time when I have known *Kapana*, and not the current situation, which is abundantly presented and problematized, both in the press and in academia.

The first part, *A “snapshot” from the past*, offers an expose about the late 19th and early 20th century, when the neighbourhood continues to perform the typical for the Ottoman time functions related to craft and trade activities. In this period hearing, smell and sight were the most active of the senses of the people inhabiting this space – exactly they were most often provoked by what was happening around. The sound “images” that dominated the space were traced too, both the natural ones and those generated by people, which testified to the social uses of the public space. Preserved visual images of *Kapana* are also shared, which testify that the neighbourhood played all three main roles of public spaces that are most important for the urban life, namely work (production and exchange), communication (between streets and buildings) and again communication, this time in terms of human relationships.

These functions are traced in the second part as well, *(Pre)present sensations*. It discusses the 1980s. At that time, all sounds were associated almost exclusively with production and they came from many small workshops. Attention is paid also to the workshop, which was most attractive for children – the one producing Christmas toys. The

shared memories, mostly in Facebook groups, go back to the 1970s and early 1980s. My own memories of this urban space date back to the second half of the 1980s and early 1990s, and they are accompanied by many photos that may explain my opinion about *Kapana* as a neglected and sad place that would benefit from any attempt at renovation and refreshment.

If we turn attention to *Kapana* in the present time, it is called “a neighbourhood of the creative industries” although, in fact, it looks more like a neighbourhood of many food and drinks’ establishments, and there is no doubt that the sounds dominate the place. They not only do dominate, they also provoke conflicts between restaurant owners and people living in this urban area. The transformation of the neighbourhood into a place that offers (mostly) services, i.e. in a place of entertainment, leads to the idea of sound, or rather of noise as a social problem. This problem will not be solved soon, if at all – it is too difficult to find a solution to satisfy both parties.

АКТУАЛНИ ПРАКТИКИ И ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА В СФЕРАТА НА КУЛТУРНОТО ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО В БЪЛГАРИЯ

ас. д-р Зорница Драганова

Институт по философия и социология – БАН

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

Културното предприемачество е тема, която предизвиква все повече интердисциплинарни и интерпарадигматични 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: това са фактори, които провокират и повече изследвания и анализи на проблеми от сферата на културата и изкуствата.

Настоящият кратък текст маркира някои теоретични бележки и представя малка част от междинните резултати от антропологично качествено изследване на актуални проблеми и практики в културното предприемачество в България. Изследването се провежда на терен, който представлява проучване на случаи (case studies) в София, Пловдив, Велико Търново и Варна чрез смесени методи – дълбочинни полуструктурирани интервюта, включено наблюдение (доколкото бе възможно по време на ограниченията заради COVID-19 пандемията), вторичен анализ на статистически данни. Приема се, че предприемачеството е „динамичен и социален процес, в който индивидите, самостоятелно или в сътрудничество, идентифицират възможности и правят нещо с тях, за да превърнат идеите в практически или целенасочени дейности в социален, културен или икономически контекст“ (Berglund & Holmgren 2013: 18).

За да се получи пълно разбиране за културното предприемачество, най-напред предприемаческата дейност като такава трябва да бъде разположена в културни и символични сфери на значение. Според Фортен например културата може да бъде определена като съвкупност от знания, ценности, вярвания и референции, които хората в едно и също общество споделят и които влияят върху поведението. За автора използването на средства, за да се въздейства или променя тази съвкупност, е еволюционен процес (Fortin, 2002). Следвайки работата на Скот и Лейн, бихме могли да очертаем най-обща дефиниция на културата конкретно в контекста на културното предприемачество като

„интерпретационна рамка, чрез която индивидите осмислят собственото си поведение, както и поведението на колективността в тяхното общество“ (Scott & Lane 2000: 49).

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, разбрана 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.

Данните, събрани с качествени методи, бяха анализирани в един начален етап на изследването посредством SWOT (strengths, weaknesses, opportunities, threats) категориален анализ. Този подход, включващ кодиране на информацията от дълбочинните интервюта, бе използван за идентифициране на теми и подреждането им в категориите *Силни страни*, *Слаби страни*, *Възможности* и *Заплахи*.

Анализът стигна до очертаването на: общо 10 типа силни страни; 8 типа слаби страни; 11 типа възможности; 9 типа заплахи. Тук първата част на модела SWOT може да бъде разгледана като предимствата и дефицитите на развитието и състоянието на инициативата 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*.

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 предприятия (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 културно наследство, връзки между социални групи, културни и предприемачески практики и политики?

CURRENT PRACTICES AND CHALLENGES IN THE FIELD OF CULTURAL ENTREPRENEURSHIP IN BULGARIA

Assistant Prof. Dr. Zornitsa Draganova

Institute of Philosophy and Sociology – BAS

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

Cultural entrepreneurship is a topic that is provoking more and more interdisciplinary and inter-paradigmatic efforts. The introduction and dissemination of the concept of “creative industries”, the awareness of the need to update both policies and governance in the field of culture, the increasingly visible need to preserve and socialize movable and immovable cultural heritage through a complex of traditional and modern methods: these are factors that provoke more research and analysis of problems in the field of culture and arts.

This short text highlights some theoretical notes and presents a small part of the intermediate results of anthropological qualitative research of current issues and practices in cultural entrepreneurship in Bulgaria. The study is conducted in a field and comprises of case studies in Sofia, Plovdiv, Veliko Tarnovo and Varna, using mixed methods – in-depth semi-structured interviews, participant observation (as far as possible during the restrictions due to the Covid-19 pandemic), secondary analysis of statistics. It is assumed that entrepreneurship is

“A dynamic and social process in which individuals, alone or in collaboration, identify opportunities and do something with them to turn ideas into practical or focused activities in a social, cultural or economic context” (Berglund & Holmgren 2013: 18).

In order to gain a full understanding of cultural entrepreneurship, entrepreneurial activity as such must first be located in cultural and symbolic spheres of importance. According to Forten, for example, culture can be defined as a set of knowledge, values, beliefs and references that people in the same society share and that influence behavior. For the author, the use of means to influence or change this set is an evolutionary process (Fortin, 2002). Following the work of Scott and Lane, we could outline the most general definition of culture specifically in the context of cultural entrepreneurship as “an interpretive framework through which individuals make sense of their own behavior and the behavior of the collective in their society” (Scott & Lane 2000: 49).

Among the new theoretical formulations in the field of cultural entrepreneurship, the work of Gehman and Soublière should be noted- they systematize the study of cultural entrepreneurship as containing three main “streams”. The first type of cultural entrepreneurship focuses on the production of culture with leading participants – organizations with high and popular culture. The second type treats culture as a tool for

legitimizing new enterprises and ventures. The authors propose a “third wave” in the study of cultural entrepreneurship – “culture creation”, “distributed and intertemporal processes in which value is created through multiple and smooth repertoires and semantic registers” (Gehman & Soublière, 2016).

According to Kabakov, cultural entrepreneurship is “an investment in the change of society, understood in its expanded concept” (Kabakov, 2017: 118). The author points out the contradictory aspects of cultural entrepreneurship – on the one hand the untapped potential for social development through innovation and creativity has been mobilized, but on the other hand the return on efforts is problematic from both economic and political points of view.

The data collected by qualitative methods were analyzed in an initial stage of the study using SWOT (strengths, weaknesses, opportunities, threats) categorical analysis. This approach, which included coding information from in-depth interviews, was used to identify topics and categorize them into categories of strengths, weaknesses, opportunities and threats.

The analysis came to the outline of: a total of 10 types of strengths; 8 types of weaknesses; 11 types of opportunities; 9 types of threats. Here the first part of the SWOT model can be considered as the advantages and disadvantages of the development and state of the initiative or site by the leading agents (cultural operators, artists, organizers, etc.) so far. The second pair – opportunities and threats can be “decoded” as upcoming challenges, to which the interviewees are rather positive and optimistic or, respectively, negative and identify as risks. As “strengths” are identified all statements that outline the specific initiative or business as such with advantages; but they also reflect a personal sense of satisfaction with what has been achieved so far. The two most frequently mentioned strengths are: access to the initiative / site and community of audiences. The “weak” sides emerge as an attempt at a realistic self-assessment by the respondents and a kind of self-criticism: the two most frequently mentioned types are dependence on external factors and lack of sufficient organizational resources. The two most common categories of opportunities / prospects are development and future diversity of activities in the future and the development of audiences (both as a number of attracted people and as a constructive contact with the audience). Among the most threatening risks or uncertainties were the effects of the pandemic (as of spring 2021) and the instability of the target groups.

As the research continues to unfold, it is appropriate to end this text not with conclusions, but with two directions of research attention after the intermediate results:

- What are the relationships between the process of building cultural entrepreneurs (organizers, artists, operators, etc.) and the challenges, risks, opportunities and variables of social realities?
- What narrative modes or models articulate and interpret the expansion and inclusion of different audiences, but also of spaces in the urban context, understood as a complex structure of elements of cultural heritage, links between social groups, cultural and entrepreneurial practices and policies?

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

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

Настоящата българска столица София има близо 20-вековна история като град. 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. Това са минералната вода, планината Витоша и християнската базилика „Света София“.

Първите две са природни дадености, които обаче винаги са правили впечатление на чуждите наблюдатели и до голяма степен са определяли и влияли на облика на града.

Още при създаването след средата на I в. на свързаното вероятно с римски военни части селище изборът на място е повлиян от наличието на разнообразни минерални извори. В 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 портата в северозападната крепостна стена; по-ранни постройки под и около ротондата „Св. Георги“; останки покрай трасето на съвременния бул. „Княгиня Мария-Луиза“ и др. Банските функции на някои от тези сгради са променени още през Късната античност. 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. По-подробно ги описва живелият в София през 1652 – 1653 г. известен автор Евлия Челеби, като по-подробни са сведенията му за устройството на банята, използвана от мюсюлманите. Една от тези бани е частично разкрита при археологически разкопки при североизточния ъгъл на Баня Баши джамия. През този период отново минералните бани се превръщат във важна част от

търговско-занаятчийския център на София, в обществено пространство с разноетнично население и динамичен градски живот.

Питейната вода обаче, както и за част от баните през всички епохи, била довеждана по гравитачен принцип от планината Витоша. През XVI – XVII в. населението на Бояна дори имало специфичен статут заради поддържането на водопроводите. Селото още в Българското средновековие се развива като значима сателитна част на Средец. Още от Античността до края на XIX в. витошките дъбови гори са главен източник на строителен материал. Вишневите дръвчета, сливите, лозите, лешниците са осигурявали разнообразие на трапезата на сердикийските и софийските жители.

Третото емблематично явление има друг характер и през вековете се превръща в „гения на града“, както го нарича проф. Богдан Филев. То се появява едва през VI в., но става символ на значимостта на Сердика като християнски център. Средновековните автори, ангажирани главно с военни дела, не му отделят особено внимание в обичайната християнска среда. В епохата на османското владичество обаче всички, които посещават София, са впечатлени от църквата „Света Софѝя“. Макар превърната в мюсюлмански храм, известен като Сиявуш джамия, тя става символ на славното християнско минало, на съхранената вяра. Името ѝ и създаването на града започват да се персонифицират с легендарни личности с името Софѝя. То пребъдва в новото име на града – София.

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 – BAS

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

Sofia, the present-day Bulgarian capital, has a nearly 20-century history as a city. A settlement with such a long existence has one or several factors that keep it at this place. These are its ‘traps’, its emblematic elements or phenomena, its business card, its nature and its treasure-house. Sofia has many “traps”, and they are rather diverse. However, three of them seem to dominate the rest. These are the thermal springs, Vitosha Mountain and the Christian basilica of St. Sophia.

The first two are natural resources but they have always impressed the visitors and have significantly influenced the city's history and development.

The establishment of the settlement after the mid-1st century AD, most probably related to Roman military units, was most likely determined by the various thermal springs in the area. Their healing power was used in the subsequent centuries in numerous public baths and baths constructed in the private houses of wealthy citizens. The archaeological excavations brought to light many buildings identified as baths: the large building below and to the southwest of the present-day St. Nedelya Church, a building to the south of the Banya Bashi Mosque, a building situated near the gate in the northwestern defensive wall, earlier buildings below and around the St. George Rotunda, building remains along the modern Princess Maria Louisa Blvd, etc. Some of these buildings stopped functioning as baths as early as the Late Antiquity. There is neither archaeological evidence nor reliable information from the written sources about the construction and the functioning of baths in the Middle Ages (between the 7th and the 15th century). However, in the early years of the Ottoman period, several baths were built near the thermal spring in the early years of the Ottoman period. A description of these baths can be found in the volume of Evliya Chelebi, the famous explorer who travelled through the territory of the Ottoman Empire and lived in Sofia between in 1652 and 1653. He provided more details about the design and the construction of the baths used by the Muslims. One of these baths was partially unearthed during archaeological excavations carried out at the northeast corner of Banya Bashi Mosque. In the Ottoman period, the baths using natural thermal springs became once again an important part of Sofia's trade and economic centre, a public space occupied by various ethnic groups and an arena of dynamic urban life.

However, the drinking water as well as the water for some of the baths, was brought from Vitosha Mountain through a gravity-fed water system. In the 16th and 17th century, the people living in the village of Boyan were given a special status as they maintained the water mains. As early as the Bulgarian mediaeval period, the village developed as a significant satellite of the city of Sredets. The oak forests on Vitosha Mountain were the main source of building material from antiquity until the late 19th century. The sourcherry and plum trees, the vineyards and the hazelnuts provided a variety of fruits and nuts for the tables of Serdica and Sofia residents.

The third emblematic 'trap' differs in nature, and over the centuries it has become the "genius of the city" according to Prof. Bogdan Filov. Established as late as the 6th century, the Christian basilica of St. Sophia became a symbol of the importance of Serdica as a Christian centre. The medieval writers, occupied with military affairs mainly, did not pay much attention to it in the usual Christian environment. However, in the Ottoman period, every visitor of Sofia was impressed by the Church of St. Sophia. Although the church was converted into a mosque known as Siyavush Camii/Mosque, it became a symbol of the glorious Christian past and the preserved faith. Both the name of the church and the establishment of the city began to be identified with legendary personalities named Sophia. The name survived and became the modern name of the city.

НЯКОЛКО БЕЛЕЖКИ ЗА ПЛОВДИВСКИТЕ ЦЪРКВИ ПРЕЗ ОСМАНСКИЯ ПЕРИОД

доц. д-р Димо Чешмеджиев

Пловдивски университет „Паисий Хилендарски“

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

Въпросът за пловдивските църкви през османския период е много интересен и дискуссионен в историографията. Вече съм се занимавал неведнъж с този въпрос, но тук отново се връщам към него заради развитието му в историографията, както и заради някои нови източници на информация. Особено внимание се обръща на идентификацията на църквата „Св. Параскева/Петка“, около която има най-много проблеми.

За да се идентифицира тази много важна църква в Пловдив през 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 на български, така и на гръцки. Прегледът на изворите започва със Стефан Герлах, който минал през Пловдив през юни 1578 г., и продължава с Джон Бърбъри, който бил в града през 1664 г., след това – Паул Тафернер (1665 г.), Пол Рико, който минал оттук през същата година, малко по-късните арменски пътешественици Хугас Инджеджиян (XVIII в.) и Минас Пъжъшкян (XIX в.). След това се използват и Георг Христоф фон Найчиц (1631 – 1634), Конрад Якоб Хилтебранд (1657 – 1658 г.), Йохан Кемпелен (1740 г.), които разказват известната легенда за проповедите на апостол Павел, зародила се на базата на контаминацията на Филипопол с Филипи (която парадоксално се възражда в днешно време). Особено внимание се обръща на пътеписа на единствения пътешественик, който идентифицира с точност църквата „Св. Параскева/Петка“ – италианеца Луиджи Фердинандо Марсили (1680 г.), който почти не е използван в историографията по този въпрос.

Разглежда се и развитието на този проблем в историографията, където съществува поредният парадокс – като се започне от Константин Иречек, който я локализира правилно на мястото, където сега се намира построената през Възраждането (1836 г.) църква със същото име (т. нар. „Стара св. Петка“ над Понеделник пазара), продължи се с авторите преди и след Втората световна война и накрая – със съвременните, повечето от които възприемат легендите безкритично като исторически извори и правят странни локализации на пловдивските църкви през османския период.

Особено голяма роля по отношение на неточните локализации на църквата играят някои възрожденски легенди, записани за първи път от Любен Каравелов и които според

него се разпространявали между гръцкото и турското население в града. На тяхната база се извършва и преобладаващата в съвременната историография и параисториография (които често се сливат) локализация на църквата „Св. Параскева/Петка“, която според тези автори се е намирала под Джумая джамия в Пловдив.

За да се изясни този въпрос, се използват няколко вида доказателства. На първо място – това са археологически данни, които могат да се видят на терен – апсидата, която лежи върху по-стара, средновековна апсида, както и сполиците, които са използвани при построяването на сегашната църква „Стара св. Параскева/Петка“. Използват се също така сведения за развитието на култа към св. Параскева/Петка в българските земи, вкл. фолклорни. Особено внимание се обръща на въпроса за наличието на църковна сграда под Джумая джамия и една от малкото султански джамии по днешните български земи. Категорично се опровергават „научните“ импровизации на тема „превръщане на джамия в църква“ („петъчен православен храм“) и постройка на джамии с плана на църква (sic!), както и идеите за вграждане на Христови монограми (хризми) по стените на джамията, което показвало, че е строена от български майстори от Костур. За това, че под джамията не е имало по-ранна църква, са използвани и сведения, получени при последния голям ремонт на джамията, когато са извършени и археологически проучвания.

Изказва се обоснованото и подкрепено с паралелни мнения, че легендите за наличието на църква „Св. Параскева/Петка“ под джамията възникват на базата на името на Джумая джамия – „Петъчна“ джамия, както и на връзката между Богородичния култ и този на св. Параскева/Петка предвид намиращата се наблизо Богородична църква.

SOME NOTES ON THE CHURCHES OF PLOVDIV IN THE OTTOMAN PERIOD

Associate Professor Dr. Dimo Chesmedzhiev

Paisii Hilendarski University of Plovdiv

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

The question of the Plovdiv churches during the Ottoman period is very interesting and debatable one in historiography. I have dealt with this question more than once, but here I return to it again, because of its development in historiography, as well as because of some new sources of information. Particular attention is paid to the identification of the church “St. Paraskeva / Petka”, around which there are the greatest problems.

In order to identify this very important church in Plovdiv during the Ottoman period, the information of various European travelers passing through Plovdiv is used mainly (Filibe). These are the only sources, as there are no domestic sources, both in Bulgarian and in Greek. The review of the sources begins with Stefan Gerlach, who passed through Plovdiv in June 1578, and continues with John Burberry, who was in the city in 1664, then Paul Taferner (1665), Paul Rico, who passed through here in the same year, the later Armenian travelers Hugas Inejjian (18th century) and Minas Pazhashkyan (19th century). Then there are Georg Christoph von Naychitz (1631-1634), Konrad Jakob Hildebrand (1657-1658), Johann Kempelen (1740), who tell the famous legend of the sermons of the Apostle Paul, which originated on the basis of contamination of Philippopolis with Philippi (which paradoxically is being revived today). Particular attention is paid to the travelogue of the only traveler who accurately identifies the church “St. Paraskeva / Petka”- the Italian Luigi Ferdinando Marsili (1680), who is hardly used in the historiography on this subject.

The development of this problem in historiography is also considered, where there is another paradox - starting with Konstantin Irecek, who locates it correctly at the place where the church of the same name built during the Revival (1836) is now located (the Old St. Petka over the Monday market), continued with the authors before and after World War II, and finally with the modern ones, most of whom uncritically perceive the legends as historical sources and make strange localizations of Plovdiv churches during the Ottoman period.

Some Revival legends, first recorded by Lyuben Karavelov and which, according to him, spread among the Greek and Turkish populations in the city, play a particularly important role in the inaccurate locations of the church. On their basis, the predominant in modern historiography and para-historiography (which often merge) localization of the

church “St. Paraskeva / Petka” is made, which according to these authors was located under the Dzhumaya Mosque in Plovdiv.

Several types of evidence are used to clarify this issue. First of all, there is archeological data that can be seen in the field - the apse, which lies on an older, medieval apse, as well as the poles, which were used in the construction of the current church of Old St. Paraskeva / Petka. Information about the development of the cult of St. Paraskeva / Petka in the Bulgarian lands is also used, incl. folklore. Particular attention is paid to the question of the existence of a church building under the Dzhumaya Mosque and one of the few sultan’s mosques in today’s Bulgarian lands. The “scientific” improvisations on “turning a mosque into a church” (“Friday Orthodox Church”) and building mosques with a church plan (sic!), as well as the idea of embedding Christ’s monograms (chrisms) on the walls of the mosque, which showed that it was built by Bulgarian masters from Kostur are categorically refuted. Because there was no earlier church under the mosque, information obtained during the last major renovation of the mosque was also used, when archeological excavations were carried out.

There are well-founded and supported by parallels opinions that the legends about the existence of the church “St. Paraskeva / Petka” under the mosque originate on the basis of the name of “Dzhumaya” mosque – “Friday” mosque, as well as the connection between the cult of the Mother of God and that of St. Paraskeva / Petka, given the nearby Church of the Mother of God.

РЕКЛАМАТА НА СТОКИ И УСЛУГИ В ПЛОВДИВ В ГОДИНИТЕ СЛЕД ОСВОБОЖДЕНИЕТО

гл. ас. д-р Борислава Петкова

Пловдивски университет „Паисий Хилендарски“

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

Изследването се фокусира върху рекламите на стоки и услуги в следосвободенския периодичен печат в Пловдив, като във фокуса са поставени общо 96 рекламни материала, публикувани във вестник „Пловдив“ (1886 – 1907). Целта на изследването е да отговори на два основни изследователски въпроса: *как се изгражда и как изглежда рекламата на различни стоки и услуги, предлагани в магазините и дюкяните в Пловдив в периода от Освобождението до началото на XX в.* Рекламните материали предоставят добра информация, през която да бъде реконструирана мозаечната картина на светта на гражданите на следосвободенския Пловдив.

Рекламата като осъзнато средство за привличане на клиенти се появява в периодичния печат на България едва през 40-те години на XIX в. От публикуваните през този период рекламни обявления бихме могли да проследим трансформациите във вкуса и желанията, а в известен смисъл те са мерило и за степента на повишаване на жизнения стандарт на градските жители.

Следосвободенският периодичен печат продължава да бъде желана и устойчива платформа за рекламиране на разнообразни стоки и услуги. Прегледът на вестник „Пловдив“ показва, че в първите броеве рекламите са твърде ограничени като брой и разнообразие на продукти/услуги. С течение на времето обаче търговци и производители рекламират все по-усърдно своите стоки и редакцията отделя цялата четвърта страница за нуждите на пловдивските рекламодатели.

Първите реклами във възрожденския печат са за предстоящо отпечатване и продажба на книги и учебници. Вторият продукт, който уверено се утвърждава в рекламните страници на вестниците, са лекарствата, последвани и от аптеките. Следосвободенският вестник „Пловдив“ запазва тенденцията, като активно се рекламират печатни издания и различни лекарствени средства, а аптеките са мястото, от което клиентът е привлечен да закупи бутилирана минерална вода от световноизвестни извори с лечебна вода, като Карлсбад (Карлови Вари), Крондорф, Виши, Кронтексвил, Мариенбадер.

За дамите, които полагат грижи за външния си вид, се предлагат различни сапуни, кремове и пудри, боя и козметични средства, осигуряващи гъста, лъскава и дълга

коса, а господата могат да се възползват от специален препарат, с който ще подсилят растежа на косата, брадата и мустаците си.

Рекламите на храни рядко оповестяват родни продукти, акцентът е върху вносни хранителни стоки за изискания градски вкус, предлагани в магазини и сладкарници: зехтин, сирена, раци, риби, хайвери, шунки, колбаси и разнообразни сладки изкушения, като козунаци, сладкиши, пасти, локуми, бонбони и руски карамел.

Спиртните напитки са предимно вносни, от реномирани марки. Белгийците Фрик и Сулцер рекламират първата в България бира „Каменица“.

Търговците на дрехи, платове, шапки и обувки търсят повече клиенти, публикувайки доста обемни рекламни обяви, често добавяйки изображения на стоката. Появяват се реклами на бижута, часовници, очила и огледала, обявления за монтиране или ремонтване на електрически стоки, като звънци, телефони, гръмоотводи, лампи.

Всички предлагани стоки са представяни като внесени от чужбина, извънредно хубави/изящни, на цени „най-умерени“, „твърде износни“ или изключително ниски.

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 поръчат елмази, брилянти и други драгоценни камъни, да закупят стенен или джобен часовник, да си поръчат обувки по индивидуални размери, да претapiцират мебелите си или да отнесат дрехите си на химическо чистене. Рекламните съобщения привличат клиенти с „бърза и точна“ прислуга, с „чистота извънредна“, а интериорът на помещенията включва „изящни мобили“.

Рекламите се превръщат в един от ключовите елементи в градската култура от края на XIX и началото на XX век. Стоките и услугите в пловдивския седмичник разкриват елементите на една интересна картина на живота на градския човек, но са и свидетелство за повишаване на жизнения стандарт на пловдивчани в следосвобожденския период.

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

Chief Assistant Professor Dr. Borislava Petkova

Paisii Hilendarski University of Plovdiv

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

The study focuses on the advertising of goods and services in the post-liberation periodicals in Plovdiv, focusing on a total of 96 advertising materials published in the newspaper “Plovdiv” (1886 – 1907). The aim of the study is to answer two main research questions: *how the advertising of various goods and services offered in shops and shops in Plovdiv in the period from the Liberation to the beginning of the 20th century is built and what it looks like.* The advertising materials provide sufficient information to reconstruct the mosaic picture of the world of the citizens of post-liberation Plovdiv.

Advertising as a conscious means of attracting customers appeared in the periodicals of Bulgaria only in the 40s of the 19th century. From the advertisements published during this period we could trace the transformations in taste and desires, and in a sense they are a measure for the degree of increase in the living standard of urban residents.

Post-liberation periodicals continue to be a desirable and sustainable platform for advertising a variety of goods and services. A review of the “Plovdiv” newspaper shows that in the first issues the advertisements were very limited in number and variety of products / services. Over time, however, retailers and manufacturers are increasingly and diligently advertising their products and the editorial office devotes the entire fourth page to the needs of Plovdiv advertisers.

The first advertisements in the Revival press were for the forthcoming printing and sale of books and textbooks. The second product, which is firmly established in the advertising pages of newspapers, are drugs, followed by pharmacies. The post-liberation newspaper “Plovdiv” keeps the trend, actively advertises printed publications and various medicines, and pharmacies are the place from which the customer is attracted to buy bottled mineral water from world famous springs with healing water such as Carlsbad (Karlov Vary), Krondorf, Vichy, Crontexville, Marienbader.

For ladies who take care of their appearance, various soaps, creams and powders, paints and cosmetics are provided, providing thick, shiny and long hair, and gentlemen can take advantage of a special preparation that will support hair, beard and mustache growth.

Food advertisements rarely advertise domestic products, the focus is on imported food for the refined urban taste, offered in shops and confectioneries: olive oil, cheese, crab, fish, caviar, ham, sausages and a variety of sweet temptations such as Easter cakes, pies, pastries, Turkish delight, candy and Russian caramel.

Alcoholic beverages are mostly imported, from reputable brands. The Belgians Frick and Sulzer advertise the first in Bulgaria beer “Kamenitza”.

Retailers of clothes, fabrics, hats and shoes are looking for more customers, publishing quite voluminous advertisements, often adding images of the product. Advertisements for jewelry, watches, glasses and mirrors, advertisements for the installation or repair of electrical goods such as bells, telephones, lightning rods, lamps.

All goods offered are presented as imported from abroad, extremely nice / exquisite, at prices “most moderate”, “too exportable” or extremely cheap.

Although not so numerous, advertisements for various types of services also find a place in the “Plovdiv” newspaper. From them we could analyze the processes of change in the attitudes of Plovdiv residents, as well as a bettering of their financial condition, if they could order diamonds and other precious stones, buy a living room or a pocket watch, order shoes of individual sizes, to reupholster their furniture or take their clothes for dry cleaning. Advertising messages attract customers with a “fast and accurate” service, with “extraordinary cleanliness”, and the interior of the premises includes “elegant furniture”.

Advertising has become one of the key elements in urban culture since the late 19th and early 20th centuries. Goods and services in the Plovdiv weekly reveal the elements of an interesting picture of the life of the city man, but they also serve as evidence for a rise in the living standards of Plovdiv residents in the post-liberation period.

РЕВИТАЛИЗАЦИЯ НА НАСЛЕДСТВОТО В ТВОРЧЕСКИЯ КВАРТАЛ НА ПЛОВДИВ – „КАПАНА“

гл. ас. д-р Златина Богданова

Институт за етнология и фолклористика с Етнографски музей – БАН

Ключови думи: ревитализация на наследството, творчески квартал, „Капана“, Пловдив

Моята изследователска разработка, заложена като индивидуален проект в рамките на програмата КИННПОР¹, проследява обособяването и развитието на „творчески“ квартали в рамките на историческите градска ядра, които притежават туристически, икономически и културен потенциал и които в последните години се превръщат във фокус на внимание на различни НПО-та, граждански и младежки асоциации с образователна или творческа насоченост. Тези градски квартали стават поле за експериментирание с нови творчески идеи, развитие на консумативни практики, създаване на търговски брандове на храни, дрехи, напитки и като цяло способстват за развитието на младежките (суб)културни общности. Също така под формата на различни фестивали и културни инициативи се реализират подходи и концепции за съхранение на градска памет и ревитализация на запустели в недалечното минало градски пространства. Гостите и участниците в подобни събития съучастват в „създаване на мястото“ – концепция, позната на Запад като placemaking² – това е идея и практически подход за подобряване на квартала, града или съответния регион. „Създаването на места“ вдъхновява хората да преосмислят и преоткриват публичните пространства като център на общността, като укрепва връзката между хората и местата, които те споделят. Така се развива съвместен процес, чрез който можем да оформим нашата градска среда, за да увеличим максимално споделената ѝ стойност. Като резултат от приложението на тези концепции градски квартали в България, като *Капана* в Пловдив, *Таяна* във Варна и *КвАРТа-ла* на София, вече се дефинират като споделени публични пространства с фокус върху хората, тяхната творческа и предприемаческа активност. През 2018 и 2019 г. направих първите стъпки в моята изследователска работа в квартал *Капана* – групов паметник на културата.³ В течение на няколко години (2014 – 2019) кварталът се превърна в прите-

¹ Авторката благодари за подкрепата на Министерството на образованието и науката на България по Националната научна програма „Културноисторическо наследство, национална памет и обществено развитие“, одобрена от ПМС № 577 от 17 август 2018 г.

² Информацията за тази концепция може да се намери в интернет сайта “What Is Placemaking?” Project for Public Spaces, 2007 – <https://www.pps.org/article/what-is-placemaking> (20.02.2021).

³ Груповата недвижима културна ценност „Квартал Капана“, гр. Пловдив, е обявена с протокол № 13 от 11.12.1998 г. на Националния съвет за опазване на паметниците на културата, утвърден от министъра на

гателен център за предприемачи, младежки (суб)култури, творчески индустрии и различни културни оператори от страната и чужбина, които със съдействието на Общинската фондация „Пловдив 2019“ успяха да ревитализират това запустяло градско пространство. Проектът „Капана“ в рамките на „Пловдив – ЕСК 2019“⁴ стартира с фокус върху „творческите индустрии“⁵ като концепция за градско развитие, разработена и приложена за първи път във Великобритания. Така „Капана“ в Пловдив се превърна в модел за развитие на културен туризъм чрез установяване на международни партньорства, насочени към стимулиране на творческите индустрии. Представеното проучване демонстрира как европейски програми и проекти, реализирани в творческия квартал на Пловдив, дават възможност на града да съживи и валоризира своето наследство чрез трансформиране на градската среда и архитектурата в креативни пространства за споделени граждански инициативи в областта на културата, образованието и градското планиране. По този начин на местно ниво се прилагат нови за България идеи и концепции за градско развитие и управление на наследството. Практиките на „placemaking“, фестивализация на града, „споделяне“ на улици помагат на хората да преодолеят отчуждението от средата, която обитават. Наследството се валоризира като по-високо качество на живот, символичен и социален капитал, икономически актив и ресурс за развитие на културен туризъм. Не на последно място, наследството става основа за изграждане на споделена идентичност в общностите, които го ценят и се грижат за неговото опазване.

културата, и съгласно чл. 10, ал. 1 от Преходните и заключителните разпоредби на ЗНК притежава статут на групова недвижима културна ценност. В „Капана“ единични паметници на културата с категория „местно значение“ са 6 сгради, а в категория „в ансамбъл“ – 108 сгради.

⁴ Официален сайт на „Пловдив – ЕСК 2019“: <https://plovdiv2019.eu/bg> (20.02.2021).

⁵ Повече за концепцията на „творческите индустрии“ вж. Bogdanova 2019.

REVITALIZATION OF HERITAGE IN THE CREATIVE DISTRICT OF PLOVDIV – KAPANA

Assistant Professor Dr. Zlatina Bogdanova

Institute of Ethnology and Folklore Studies with Ethnographic Museum – BAS

Keywords: *revitalization of heritage, creative district, Kapana, Plovdiv*

My research, set as an individual project within the CHHNMSD program⁶, focuses on the formation and development of creative districts in the historic urban cores that have a tourist, economic, and cultural potential and which in recent years has become the focus of attention of various NGOs, civil and youth associations with educational or creative orientation. These urban districts are “hot spots” for experimenting with new creative ideas, developing consumer practices, creating food, clothing, and beverage brands, and generally contributing to the development of youth (sub)cultures. Also in the form of various festivals and cultural initiatives approaches and concepts for the preservation of urban memory and revitalization of neglected in the recent past urban spaces are tested and implemented. The guests and participants in such events are involved in “making the place” – a concept known in the West as place-making⁷ – this is an idea and a practical approach to improve the district, city or region. The “placemaking” concept inspires people to rethink and rediscover public spaces as centers of community by strengthening the connection between residents and the places they share. This is how a joint process develops, through which we can shape our urban environment in order to maximize its shared value. As a result of the application of such concepts districts in Bulgaria such as *Kapana* in Plovdiv, *Talyana* in Varna and *KvARTa-la* in Sofia are now defined as shared public spaces with a focus on people, their creative and entrepreneurial activity. In 2018 and 2019 I did my initial research in *Kapana* – a group monument of culture.⁸ For several years (2014 – 2019) the district has become an attractive center for entrepreneurs, youth (sub) cultures, creative industries and various cultural operators from the country and abroad, who with the assistance of the Municipal Foundation “Plovdiv 2019” succeeded in revitalizing this desolate urban space. The project

⁶ The author acknowledges the support by the Bulgarian Ministry of Education and Science under Cultural and Historical Heritage, National Memory and Social Development National Research Program, approved by DCM No. 577 of 17 August 2018.

⁷ Information on this concept can be found on the website: “What Is Placemaking?” Project for Public Spaces, 2007 – <https://www.pps.org/article/what-is-placemaking> (20.02.2021).

⁸ The group immovable cultural property “Kapana District”, Plovdiv was declared by protocol № 13 from 11.12.1998 of the National Council for Preservation of Cultural Monuments, approved by the Minister of Culture, and has the status of a group immovable cultural property. In Kapana 6 buildings are single cultural monuments in the category “local significance”, and in the category “ensemble” – 108 buildings.

“Kapana” within the “Plovdiv – European Capital of Culture 2019”⁹ was launched with a focus on “creative industries” as a concept for urban development, implemented for the first time in the UK.¹⁰ Thus, *Kapana* in Plovdiv became a model for heritage tourism by establishing international partnerships aimed at stimulating creative industries. The presented study demonstrates how European programs and projects, implemented in the creative district of Plovdiv has enabled the city to revitalize and valorise its heritage by transforming the urban environment and architecture into creative spaces for shared civic initiatives in the field of culture, education and urban planning. In this way, new for Bulgaria ideas and concepts for urban development and heritage management are applied at the local level. The practices of “placemaking”, festivalisation of the city, sharing of streets help people overcome the alienation from the environment they inhabit. Heritage has been valorised as a higher quality of life, symbolic and social capital, an economic asset and a resource for developing cultural tourism. Last but not least, heritage becomes the basis for constructing a shared identity in communities that could value and care for its preservation.

⁹ Official site of “Plovdiv – ECOC 2019”: <https://plovdiv2019.eu/en> (20.02.2021).

¹⁰ For the concept of “creative industries”, see Bogdanova 2019.

НЕМАТЕРИАЛНОТО КУЛТУРНО НАСЛЕДСТВО: (ТЯЛО), МАСКА И ПРОСТРАНСТВО (пандемични контексти)

Георги Иванов

*уредник в отдел „Етнография“
Регионален исторически музей – Пазарджик*

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

Текстът разглежда промените, причинени от пандемията на нематериалното културно наследство, през четири призми: тялото, маската, миналото и пространството. Разглеждат се техните променливи параметри, експлицирани от пандемията, тяхната теоретична и практическа феноменология. Чрез тях се разглеждат три примера от НКН: сътворяване на песен, танц (хоро), пеене в ансамбъл. Въз основа на тях се извършват теоретични рефлексии през споменатите призми, 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. Като се подчертава ролята на маската – нейната многомерна, но и трансформативно-пресечна функция, която *дава* и *отнема* достъп към ‘места’, съдържащи се в ‘пространството’. От това ‘тялото’, поставено в този процес, вкрязва социалната тъкан в новата култура. Това прави всекидневието драматично и трагично, защото всеки ден формално е колизия, ако тялото няма нужния „атрибут“. Това заставя всеки да се „срещне“ с тялото си и да *реши* какво да прави с него, но в една изключително амбивалентна среда спрямо телесността, която агресивно я медикализира. Може да се допусне, че в известен смисъл пандемията внушава разреждането и дематериализирането на тялото, или по-точно – редуцира телесното, премествайки го в друго онтологично пространство.

Също така се поставя акцент върху миналото, разгледано през наследяването и психичното. Открити са процесите на спомняне, разликата между ‘памет’ и ‘история’ и как тези процеси се влияят от пандемията и влияят на тялото, резултирайки в промени, които осцилират около социокултурното и психосоциалното. Този процес е многомерен, а и непредсказуем, както се споменава в статията чрез редица автори от полето на хуманитаристиката, разсъждаващи за ‘психичното’ и ‘миналото’.

Може да се допусне, че кризата, създадена от пандемията, активира афекти, желания и идиосинক্রазии, които се патологизират в пандемичен контекст, без да се възпира тяхното проявяване. Това може да има трансформативни последствия, продиктувани от носталгията по миналото (преди COVID-19). Това е видимо от символите, които се проя-

вяват чрез песни или желанието да има физическа интеракция покрай танца. Трудностите предизвикват (поради COVID-19) промени и стимулират адаптация към новата ситуация, става ясно от регистрираните проблеми при пеенето в хор или в ансамбъл. Практикуват се нематериалните културни наследства, но формално, а като че ли се набляга повече на социалната им част, т.е. срещата с други хора.

Рефлектира се, че именно имитацията на миналия социокултурен комфорт показва носталгията по миналото всекидневие; проблематизира се и ‘комфортът’.

Може да се каже, че коментирания проблематика в статията са огледални, т.е. „търкат се едни в други“, това, мисля, е продуктивно да се нарече ‘огледална антропология’, която разглежда привидно несвързани неща с *ad hoc* конвергенции помежду им. Защото, докато съзерцаваш или анализиращ даден казус – нематериалното (културно наследство) в нашия случай, друг феномен „излиза“, който рефлектира и сигнализира за себе си чрез проява. Така да се каже, феномените се търкат и рефлектират едни върху други (пак ще повторя, защото императив на антрополога, респ. етнологa, е да превежда съдържанието от едно (аналитично) поле в друго (Крейпо).

Като се следва тази посока, се правят стъпки да се покаже, че ‘тялото’, ‘психичното’ и ‘миналото’ искат *своето*, т.е. те носят различни наследства, които се самонаследяват асиметрично. Тези променливи се амплифицират и сблъскват в проблематична среда, която е пандемичната култура. Наследството в качеството си на минало, което се връща, се разглежда чрез психичното. Така, обвързвайки ‘миналото’ с психоаналитичното, То (id), се разглежда като ‘миналоТо’ – „(нещото) то, което има минало“.

Приема се също така, че миналото и То (id) – ‘нещото, което има минало’, са свързани с несъзнаваното, което тласка към дадени поведения, влечения, желания и афекти. Това влияе на социокултурните пракиси, които тялото е познавало преди, а и вече в пандемията. Използва се кризата, създадена от пандемията, за да се направи опит този процес да се онагледи.

Стига се до извода, че тялото се обезтелесява, (става далечен пиксел) чрез редица практики, които целят да го защитят от собствената му телесност, която е планетарно проблематизирана. Това създава нови табута, които се култивират в ‘пандемичната култура’.

Тези процеси се повтарят, докато хора умират. Дигитализация, отместване, изолация и сегрегация заради „проблематични“ желания и идиосинক্রазии на индивидите, които са обречени на трагичност заради наложения им, както се спомена горе, избор (или – или). Разбира се, тук може да има хиперинтерпретация, но само така може да се надникне в ноумена – именно чрез феномена. С други думи, приемат се действията покрай демонстрацията на *нематериалното културно наследство (а и самото съдържание на съответното наследство)* като доказателство, че нещо(то) кара хората да се държат (точно) *така*.

Проблематизират се и ‘желанието’ и различните резултати, до които ‘миналоТо’ може да доведе, в онтологичен и епистемологичен аспект относно тялото, а именно – да стане и бъде *нематериално*, докато демонстрира *нематериалното (intangible)*.

INTANGIBLE CULTURAL HERITAGE: (BODY) MASK AND SPACE (pandemic contexts)

Georgi Ivanov

*curator in the Department of Ethnography,
Regional Historical Museum – Pazardzhik*

Keywords: *the thing that has a past, intangible cultural heritage, body, unconscious, inheritance*

The text examines the changes caused by the pandemic of intangible cultural heritage through four prisms: the body, the mask, the past and space. Their variable parameters, explicated by the pandemic, their theoretical and practical phenomenology are considered. They are used to interpret three examples of ICH: song creation, dance (horo), ensemble singing. Based on them, theoretical reflections are performed through the mentioned prisms, concluding that the body becomes an image of itself (recorded, watched and listened to), being isolated and displaced in the newly created pandemic culture. Emphasizing the role of the mask – its multidimensional, but also transformative-intersecting function, which *gives* and *takes* away access to the ‘places’ contained in the ‘space’. From this: the ‘body’ placed in this process – intersects and complicates the social fabric in the new culture. This makes everyday life dramatic and tragic, because everyday, formally speaking, is a collision if the body does not have the necessary “attributes”.

This forces everyone to “meet” their body and decide what to do with it, but in an extremely ambivalent environment towards the body, which aggressively medicalizes it. It can be assumed that in a sense the pandemic suggests the dilution and dematerialization of the body, or more precisely: to reduce the body by moving it to another ontological space.

*

Emphasis is also placed on the past, considered through inheritance and the psychic. The processes of remembrance, the difference between ‘memory’ and ‘history’ and how these processes are affected by the pandemic and affect the body are highlighted – resulting in changes that oscillate around the sociocultural and psychosocial. This process is multidimensional and unpredictable, as mentioned in the article by a number of authors in the field of the humanities, reflecting on the ‘psychic’ and ‘past’.

It can be assumed that the crisis created by the pandemic activates affects, desires and idiosyncrasies that are pathologized in a pandemic context, but this does not prevent their manifestation. This may have transformative consequences dictated by nostalgia for the past (before COVID-19). This is evident from the symbols that are manifested through songs or

the desire to have a physical interaction alongside the 'dance'. Difficulties (due to COVID-19) cause changes and stimulate adaptation to the new situation, this is evident from the registered problems in singing in a choir or ensemble, as mentioned above.

Intangible cultural heritages are practiced, but in a formal way, and it seems that there is more emphasis placed on their social part, i.e. meeting other people.

It is reflected that it is the imitation of the past socio-cultural comfort that shows the nostalgia for the past everyday life; 'comfort' is also problematized.

It can be said that the issues discussed in the article are mirrored, i.e. "Rubbing against each other", this, I think, is productive to call 'mirror anthropology', which looks at seemingly unrelated things with ad hoc convergences between them. Because while contemplating or analyzing a case: the intangible (cultural heritage) in our case, another phenomenon "comes out", which reflects and signals itself through manifestation. So to speak: the phenomena rub and reflect on each other (I will repeat again, because it is imperative for the anthropologist, respectively the ethnologist, to translate the content from one (analytical) field to another (Crapo).

Following this direction, steps are taken to show that the 'body', the 'psychic' and the 'past' want their own, that is, they carry different legacies that are self-inherited, asymmetrically. These variables amplify and collide in a problematic environment, which is 'the pandemic culture.'

Inheritance as a past that returns is viewed through the psychic. Thus, associating the 'past' with the psychoanalytic (Id), it is seen as the 'past Id': 'the thing that has a past'. It is also accepted that the past and 'Id' ('the thing that has a past') are related to the unconscious, which pushes certain behaviors, inclinations, desires and affects. This affects the sociocultural practices that the body knew before, and already in the pandemic. The crisis created by the pandemic is used to try to illustrate this process.

It is concluded that the body becomes disembodied (becomes a distant pixel) through a number of practices that aim to protect it from its own corporeality, which is planetarily problematic. This creates new taboos that are cultivated in the 'pandemic culture'.

These processes are repeated as people die. Digitization, isolation, displacement and segregation, due to "problematic" desires and idiosyncrasies of individuals who are doomed to tragedy, due to the choice (either-or) imposed on them, as mentioned above. Of course, there can be a hyper interpretation here, but this is the only way to look at the noumenon, precisely through the phenomenon. In other words, the actions around the demonstration of the intangible cultural heritage (and the content of the respective heritage) are accepted as proof that something (Id) makes people behave (exactly) like that. The article also problematizes the 'desire' and the various results that the 'past (id', that has a past) can lead to, in the ontological and epistemological aspect of the body – namely, to become and be *immaterial* while demonstrating the *intangible*.

НЕЙНИТЕ ИСТОРИИ ЗА ОБЛЕКЛО, ПРОСТРАНСТВО И СОЛИДАРНОСТ В ИСТОРИЧЕСКИЯ ЦЕНТЪР НА СОЛУН: НЕМАТЕРИАЛНО НАСЛЕДСТВО И МАТЕРИАЛНОСТИ

Елени Сидери, Елени Капетанаки

Университет на Македония

Ключови думи: жени, труд, наследство, град, Солун

От 80-те – 90-те години на миналия век центърът на Солун претърпява много промени. Много от тези промени бяха свързани с преоткриването на „космополитния“ характер на миналото на града, неговата многопластова и взаимосвързана история. Промяната беше част от постепенната интеграция на града в рамките на регионализма на ЕС, който акцентира, наред с други неща, върху местните култури, за да се оспори националната хегемония и съпротивата срещу транснационални и наднационални културни политики. Тези политики не бяха без значение за местните интереси и програми, които винаги криеха огорчение срещу атинския център и както се смяташе, смятаха Солун за периферия. Тази периферна позиция и чувството на недоволство бяха взаимосвързани със затворените северни граници поради Студената война, която попречи на потенциала на града като „столица на Балканите“.

През 90-те години на миналия век границите се отварят и центърът на града приема значителен брой имигранти, пристигащи от съседните балкански страни и бившия Съветски съюз. Нещо повече, джентрификацията, променящата се местна икономика, туризмът, културните и творческите индустрии и градското пристанище се считат за нарастващи възможности за превръщане на Солун в глобален град. В тази рамка почти тридесет години по-късно икономическата криза, последвана от хуманитарната и бежанската криза, оставиха своя отпечатък върху центъра, като много магазини и апартаменти на средната класа са оставени празни или реновирани за AIRBNB, за да посрещат или туристи, или НПО-та, работещи в областта на приемането на бежанци.

Тези различни пластове от истории са вписани в центъра на града и историите на хората, работещи и живеещи там. Нашата статия се фокусира върху женските истории, участващи в разпространяването на дрехите в центъра на града (между западната част на Ромайки Агора и Горна Лададика). Според Леви-Строс (Leach, 1974 [1970]: 32) нещата не са предназначени само за консумация, но и за да бъдат част от нашите мисли („bonnes à penser“). По този начин възнамеряваме да разсъждаваме върху това как облеклото от знак за защита, личен стил и отличие се превръща в двигател, водещ към

наративните светове на тези жени: връзката им с центъра на града, кризите и надеждите на ежедневиия живот, вписани в „исторически закони на движението“ (Narotsky 1997). Как тези разкази се свързват с „другото/те“ наследство(а) на града (вж. Smith 2006), уталожено в трудовата история, пола, космополитиката и градските движения за солидарност?

В този текст ще опишем процедури, чрез които жените в историческия център на Солун създават мрежи, в които материалите за облекло се обменят или даряват на онлайн банки за дрехи или благотворителни организации и неправителствени организации, намиращи се в центъра на града. Така центърът се трансформира не само в имащо решаващо значение символно пространствено място на градската карта, но и в сърцето на моралната социалност на тези жени. Освен това специфичната част на града се превръща в център за периферните бежански горещи точки, тъй като повторно използвани материали от пристигането на бежанци в Гърция (одеяла, лодки или спасителни жилетки) се изпращат тук до различни НПО-та и се превръщат в стоки, често с приноса на самия бежански труд. Тези стоки (тениски, портфейли, чанти и т.н.) достигат до гръцки и световни потребители, тъй като тези НПО-та са създали мрежа от дистрибутори или (реални или виртуални) места за продажба. В този смисъл наследството на труда и икономическия център на Солун се преобразява под новата форма на капитализма и пазара. Нашето експозе ще изследва следното: 1. Посредством какви начини и термини тези жени се превръщат в мрежи за символно предаване както на облеклото, така и на културното наследство?; 2. Какъв вид трансформации и значение са включени в (повторната) употреба както на облеклото, така и на наследството?; 3. По какъв начин тези трансформации на икономиката, града и полово базираното Аз са свързани с трансформацията на неолибералния капитализъм?

БИБЛИОГРАФИЯ

- Leach, E. (1974 [1970]).** *Claude Lévi-Strauss*. Chicago: The University Chicago Press.
- Narotzky, S. (1997).** *New Directions in Economic Anthropology* (1st ed.). London, Chicago: Pluto Press.
- Smith, L. (2006).** *Uses of Heritage*. London, New York: Routledge.

HER-STORIES OF CLOTHING, SPACE AND SOLIDARITIES IN THESSALONIKI'S HISTORICAL CENTRE: INTANGIBLE HERITAGE AND MATERIALITIES

Eleni Sideri, Eleni Kapetanaki

University of Macedonia

Keywords: *women, labor, heritage, city, Thessaloniki*

Since the 1980s/1990s, Thessaloniki's city center underwent many changes. Many of these changes were connected to the rediscovery of the 'cosmopolitan' character of the city's past, its multilayered and interconnected histories. The shift was part of the gradual integration of the city within the EU regionalism which accentuated among other things, local cultures in order to challenge national hegemony and resistance to transnational and supranational cultural policies. These policies were not irrelevant to local interests and agendas which always hid a bitterness against the Athenian centreland, as it was believed, considered Thessaloniki as a periphery. This peripheral position and feelings of discontent were interrelated to closed northern borders due to the Cold War which impeded the city's potential as "capital city for the Balkans".

In the 1990s, the borders opened, and the city centre received a considerable number of immigrants arriving from the neighbouring Balkans countries and the former Soviet Union. Moreover, gentrification, the changing local economy where tourism, cultural and creative industries and the city port were considered as rising opportunities to turn Thessaloniki to a global city. In this framework, almost thirty years later, the economic crisis which was followed by the humanitarian and refugee crises left their imprint onto the centre with many commercial shops and middle-class apartments left empty or become renovated for AIRBNB to host either by tourists NGOs working in the field of refugees-reception.

These different layers of histories have been inscribed in the city centre and the stories of the people working and live there. Our paper focuses on female stories involved in clothes circulation within the city centre (between the western part of Romaiki Agora and Upper Ladadika). According to Lévi-Strauss (Leach, 1974 [1970]: 32) things are not intended only to be consumed but also to be part of our thoughts ("bonnes à penser"). Thus, we intend to reflect on how clothing from a sign of protection, personal style, and distinction turns into a vehicle leading to the narrative worlds of these women: their connection to the city centre, crises, and hopes of the every-day life inscribed in the "historical laws of motion" (Narotsky

1997). How do these narratives connect to the city's 'other' heritage(s) (see Smith 2006) embedded in labour history, gender, cosmopolitics and urban solidarity movements?

In this presentation, we will describe procedures via which women in the historical center of Thessaloniki create networks where clothing material is exchanged or alternatively donated to online clothing banks or charities and NGOs found in the city centre. Thus, the centre becomes transformed not only to a crucial-symbolic spatial spot in the urban map but to the heart of moral sociality of these women. Moreover, the specific part of the city turns to a centre for the peripheral refugee hot-spots as reused material from the refugee arrival in Greece (blankets, coats or life jackets) are sent here, to various NGOs and are transformed into commodities, often with the contribution of refugee labour itself. These commodities (T-shirts, wallets, bags etc) reach Greek and global consumers as these NGOs have created a network of distributors or (real or virtual) selling spots. In this sense, the heritage of labour and the economic centre of Thessaloniki is transfigured under the new form of capitalism and the market. Our presentation will explore 1. what ways and terms these women become networks of symbolic transmission both of clothing and cultural heritage, 2. What sort of transformations and meaning are involved in the (re)uses both of clothing and heritage? 3. In what way these transformations of the economy, the city and the gendered Selves are connected to the transformation of the neoliberal capitalism?

BIBLIOGRAPHY

Leach, E. (1974 [1970]). *Claude Lévi-Strauss*. Chicago: The University Chicago Press.

Narotzky, S. (1997). *New Directions in Economic Anthropology* (1st ed.). London, Chicago: Pluto Press.

Smith, L. (2006). *Uses of Heritage*. London, New York: Routledge.

ГРАДСКИТЕ НАРАТИВИ КАТО ЕЛЕМЕНТ НА НЕМАТЕРИАЛНОТО КУЛТУРНО НАСЛЕДСТВО

ас. Васил Караджов

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

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. 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. Независимо от това дали устните форми на изразяване се срещат в естествен разговор, или целенасочено конструиран разказ, в тях се откриват повтарящи се модели на разказване, които могат да се обобщят като традиционно разказване. То се явява съставен елемент на фолклора и заема своето място в приетата през 2003 г. Конвенция за опазване на нематериалното културно наследство на ЮНЕСКО. В България са изградени институции и изработени документи, с помощта на които се събират и подпомагат представителните елементи на световно, национално и регионално ниво. В създадената програма „Живи човешки съкровища“ попадат 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 гражданите на България. За признаването на разказваните истории като културно наследство е необходимо те да са автентични, да се практикуват в настоящето и да са значими за общността, а живите хора, които ги знаят, чрез тях да предават на следващите поколения своите традиционни знания. 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 намалява. 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, в резултат на което устните традиции и форми на изразяване все по-трудно

намират място в представителни листи на нематериалното културно наследство, където градската култура също трудно успява да изяви свои представителни образци.

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. Съвременните наративни 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. Съсредоточаването на хората в градовете предполага и оформянето на специфично локално градско наследство. То започва да се разглежда като активен обект в градското пространство и 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 стремежът е към широко участие на общностите и ангажирането им с тяхното опазване и управление. Това изисква от експертите не само знания за културното наследство, но и познаване на ангажираните общности, които създават, предават и използват културното наследство. Такава информация може да бъде търсена в градските наративи, които могат да открояват важните моменти от житейския път на човека, свързани с града, в който живее, значими събития от миналото на общността, да маркират важни пространствени топоси, любопитни случки от всекидневието. 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 заемат важна част от културата на хората и заслужават усилия за тяхното идентифициране, анализиране и съхраняване с цел подкрепа на местните градски общности в опазването и предаването между поколенията на нематериалното културно наследство и опазването на градската памет и културно многообразие.

URBAN NARRATIVES AS AN ELEMENT OF INTANGIBLE CULTURAL HERITAGE

Assistant Professor Vasil Karadzov

Institute of Balkan Studies with Center for Thracology – BAS

Paisii Hilendarski University of Plovdiv

Keywords: *narrative, narration, urban culture, intangible cultural heritage*

In recent years, issues related to cultural heritage and its material or spiritual dimensions have become more and more exciting. The world is modernizing and globalizing, which on the one hand leads to the risk of extinction, change or distortion of various forms of human culture, and on the other hand there is an accumulation of evidence of various cultural manifestations of human life. One of these cultural practices is related to storytelling, which is the most direct way to pass on different knowledge and experience between people and generations. Regardless of whether oral forms of expression occur in natural conversation or purposefully constructed narration, they reveal recurring patterns of narration, which can be summarized as traditional narration. It is an integral part of folklore and takes its place in the 2003 UNESCO Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage. Institutions have been set up in Bulgaria and documents have been prepared, with the help of which the representative elements at the world, national and regional level are collected and supported. The created programme “Living Human Treasures“ includes people who have the necessary knowledge and skills at the highest level to interpret or create specific elements of intangible cultural heritage as evidence of living cultural traditions and creative genius of the citizens of Bulgaria. In order to recognize the stories told as cultural heritage, they need to be authentic, practiced in the present and relevant to the community, and living people who know them to pass on their traditional knowledge to future generations. In the globalizing modern world, such traditional knowledge, transmitted orally, is losing its place in the culture and its importance for the social life of communities is declining. Traditional forms of storytelling are gradually disappearing, along with people’s changing perceptions of the world. People’s lives are changing and at the same time the way and things are being told, as a result of which oral traditions and forms of expression are finding it increasingly difficult to find a place in representative lists of intangible cultural heritage, where urban culture is also difficult to succeed. to present their representative samples.

However, storytelling, sometimes in different forms than traditional ones, continues to play a significant role in human culture. That is why it is worth researching efforts aimed at

modern ways of expression, which continue to convey significant topics and issues that excite people. One of the most common forms of communication is oral narratives. Modern narrative forms of human representation of the world can complement traditional storytelling, and its community-specific examples can also be seen as elements of the intangible cultural heritage. The concentration of people in cities also implies the formation of a specific local urban heritage. It is beginning to be seen as an active object in the urban space and must be adapted to the modern needs of the people and the requirements of the communities that inherit and maintain it. This leads to a change in approaches to heritage from protection to management of cultural values, with the aim of broad participation of communities and their commitment to their protection and management. This requires from experts not only knowledge of cultural heritage, but also knowledge of the involved communities that create, transmit and use cultural heritage. Such information can be sought in urban narratives, which can highlight important moments in a person's life, related to the city in which he lives, significant events from the past of the community, to mark important spatial topos, curious events from everyday life. Urban narratives are created by specific people on a specific occasion, but historical, social and cultural environments play a role in their formation. The themes, structure and content of urban narratives demonstrate the phenomenon of social reality in which the narrator lives.

Urban narratives occupy an important part of people's culture and deserve efforts in their identification, analysis and preservation, in order to support local urban communities in the preservation and transmission of the intangible cultural heritage and the preservation of urban memory and cultural diversity.

ВСЕКИДНЕВНИ ИСТОРИИ И ОБРАЗИ НА ГРАДА

гл. ас. д-р Мария Кусикова

Пловдивски университет „Паусий Хилендарски“

Ключови думи: житейски разкази, градски пространства, спомен, памет

Събирането на градски истории е начинание, което може да се провежда от различни хора с различни цели и средства в разнообразие от контексти – те могат да разказват за забележителни личности, емблематични места, интересни случки и събития. Подобни наративи също така са свидетелство за едно отминало състояние на града и представят гледната точка „от долу“ към налаганите политики по преустрояване, култивиране, благоустрояване, озеленяване, (пре)именуване на улици, площади и други публични пространства. В перспективата на етнологията историите за града представят информация за града като обживяно и осмислено пространство, конструират биографии в него и очертават рамката на всекидневното обитаване.

В настоящия текст изследователският интерес е насочен към начините, по които се представя и осмисля конкретно градско пространство в спомените и разказите на събеседниците ми. Данните са събирани в рамките на теренно етнографско проучване чрез свободен разговор, интервю, ментални карти. Изследваните наративи са фокусирани върху централно градско пространство в гр. Пловдив, свързано с детството и първата социализация на информаторите (50-те години на XX век). Анализът се насочва към начините, по които се разказват градът, пространствата на спомена и личният поглед към тях. *„Наративизирането на града в житейските разкази на неговите обитатели следва логиката на местата на всекидневието, които са свързани с лични спомени“* (Златкова 2012: 123). Заедно с придаването на плътност на усвоеното градско пространство от детството събраните разкази също така съдържат биографични елементи. В житейските истории се конструира една последователна и непротиворечива картина на преживяното, така че *„миналото и настоящето да имат смисъл, приемлив за нас смисъл“* (Колева 1999: 24). Събраните наративи са и свидетелство за различни аспекти на градското живеене в контекста на по-широките социокултурни процеси, които намират място в историите за детството в града.

Доколкото градът е *„произведена“* и *„произвеждаща“* социалност“ (Златкова 2012: 25), хората се вметват във вече създадени и дефинирани публични пространства, но оставят своя отпечатък върху тях. Историите на събеседниците ми за познатото пространство на махалата се разгръщат според разположението на физическите реалности – сгради, улици, инфраструктура, като сред тях се вметват и съществуващите

само в спомена на реалността. Отделните частни пространства (домове) се представят според хората, които ги обитават, и отношенията, които събеседниците ми са поддържали и още поддържат с тях. Освен частните домове в рамките на това пространство от детството фигурират банята, църквата и училището като споделени публични пространства и институции, които заемат важно място в спомена и въображението. Заедно с това трябва да се споменат и обектите, които вече липсват – магазинчетата пред банята, кръчмата срещу нея, зарзаватчийският магазин, млекарницата, хлебарницата, сладкарницата и пр. Както спрямо обитателите на отделните къщи, така и спрямо публичните пространства информаторите задават своята перспектива, споменът е конфигуриран спрямо личното присъствие и участие, през случка и съпътстващата я емоция („*Но тук си спомням кръчмата, тя беше масивна сграда. До нея зеленчуковия магазин, дето принадлежах...*“ (С. К.), „*И като излезнат от банята, [отиват] отсреща в кръчмата. Пълна! На мен лимонада. А мъжете – по една бира или по една ракия*“ (Е. Г.).

Личните истории, представящи градски пространства, очертават един образ на града, който е препратка към отминали реалности (физически и социални), но същевременно бива актуализиран чрез разказването тук и сега. Това са различни индивидуални версии на града, които, пречупени през спомена и интерпретирани в наратива, съществуват заедно с други официални и алтернативни образи на града. Всички те носят знание за различни модуси на съществуването, вариации на спомнянето, обитаването и разказването на пространството.

ЛИТЕРАТУРА

- Златкова, М. (2012).** *Етносоциология на града. По примера на град Пловдив*. Пловдив: УИ „Паисий Хилендарски“.
- Колева, Д. (1999).** Житейският разказ – начин на употреба. В: Д. Колева, Р. Гаврилова, В. Еленкова (съст.). *Слънцето на залез пак срещу мен. Житейски разкази (7 – 30)*. София: Лик.

EVERYDAY STORIES AND IMAGES OF THE CITY

Chief Assistant Professor Dr. Mariya Kissikova

Paisii Hilendarski University of Plovdiv

Keywords: *житейски разкази, градски пространства, спомен, памет*

Collecting urban stories is an endeavor that can be carried out by different people with different goals and means in a variety of contexts – they can tell about remarkable personalities, iconic places, interesting events and happenings. Such narratives are also evidence of a past state of the city and present a “bottom-up” view of the imposed policies of redevelopment, cultivation, landscaping, (re) naming of streets, squares and other public spaces. In the perspective of ethnology, the historians of the city present information about the city as inhabited and meaningful space, construct biographies in it and outline the framework of everyday living.

In the present text, the research interest is focused on the ways in which a specific urban space is presented and made meaningful in the memories and stories of my interlocutors. The data were collected in the framework of field ethnographic research through free conversation, interviews, mental maps. The studied narratives are focused on the central urban space in Plovdiv, related to childhood and the first socialization of informants (the 1950s of the twentieth century). The analysis focuses on the ways in which the city is told, the spaces of memory and the personal view of them. *“The narrativization of the city in the life stories of its inhabitants follows the logic of the places of everyday life that are associated with personal memories”* (Zlatkova 2012: 123). Along with giving density to the mastered urban space from childhood, the collected stories also contain biographical elements. In life stories, a consistent and coherent picture of the experience is constructed so that *“the past and the present have a meaning that is acceptable to us”* (Koleva 1999: 24). The collected narratives are also a testimony to various aspects of urban living in the context of broader socio-cultural processes that find a place in the stories of childhood in the city.

To the extent that the city is a *“produced” and “producing” sociality*” (Zlatkova 2012: 25), people fit into already created and defined public spaces, but leave their mark on them. The stories of my interlocutors about the familiar space of the neighborhood unfold according to the location of physical realities – buildings, streets, infrastructure – and among them are the realities that exist only in memory. The individual private spaces (homes) are presented according to the people who inhabit them and the relationships that my interlocutors have maintained and still maintain with them. In addition to private homes, the public bath, the church and the school have been shared within this space since childhood as shared public

spaces and institutions that occupy an important place in memory and imagination. At the same time, the places that are already missing should be mentioned – the shops in front of the public bath, the pub opposite it, the greengrocer's shop, the dairy, the bakery, the pastry shop, etc. Both to the occupants of the individual houses and to the public spaces the informants set their perspective, the memory is configured according to personal presence and participation, through the event and the accompanying emotion (“*But here I remember the pub, it was a massive building. Next to it the vegetable store. where I fainted.*” (SK), “*And as they are coming out of the public bath, [they go] across the street to the pub. It's full! I have lemonade. And the men – one beer or one brandy*” (EG).

Personal stories representing urban spaces outline an image of the city that is a reference to past realities (physical and social), but at the same time is updated through storytelling here and now. These are different individual versions of the city, which, refracted through memory and interpreted in the narrative, coexist with other official and alternative images of the city. They all carry knowledge of different modes of existence, variations of remembering, inhabiting and narrating space.

REFERENCES

- Zlatkova, M. (2012).** *Ethnosociology of the city. Following the example of the city of Plovdiv*. Plovdiv: Paissi Hilendarski Publishing House.
- Koleva, D. (1999).** Life story – way of use. In: D. Koleva, R. Gavrilova, V. Elenkova (ed.), *The Sun at Sunset Again Against Me. Life Stories (7 – 30)*. Sofia: Lik.

НОВИТЕ ГРАДСКИ ЗАНАЯТИ: ЗАНАЯТЧИЙСКАТА БИРА И НОВАТА БИРЕНА КУЛТУРА

доц. д-р Елица Стоилова

Пловдивски университет „Паисий Хилендарски“

Ключови думи: занаятчийска бира, крафт бирена култура, занаяти

Изследването има за цел да разбере спецификите на занаятчийската бира в контекста на градските занаяти. През последното десетилетие производството и консумацията на т.нар. „крафт бири“ набира 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 нова култура на производство и консумация се характеризира с налагането на нов бизнес модел, който се основава на споделено знание, близки взаимоотношение между пивоварите, взаимно споделяне на опит и често общи проекти. Друга специфика е развитието на нов тип 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 Пловдив и ролята ѝ за трансформацията на квартала на творческите индустрии „Капана“. Ще се проследи крафт пивоварството в контекста на творческите индустрии, неформалната икономика и туризма на изживяването.

Отрасълът се разглежда като пример за нов тип занаят, защото той сам заявява себе си като контрапункт на стандартизираното масово производство, опозиция, която се базира на традиционни знания и иновации. Статията разглежда и дуалността на занаятчиите, произвеждащи крафт бира. Освен производители те са едновременно и консуматори на бири, които претендират да са занаятчийски. Затова и Колин Кембел 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 Кембел 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 представя не само дуалността на производи-

телите на занаятчийски продукт, но също и емоционалната връзка, която се изгражда между производителя консуматор и произведената от него бира. Вплитането на индивидуалните вкусове, персонализирането на вкуса и технологичният опит се налагат като ключови за дефинирането на дадена бира като занаятчийска. Подобни връзки и взаимоотношения са специфични за преиндустриалните храни, но новият тип занаятчийско производство отново връща като основен лимитирания автентичен и персонализиран продукт.

Развитието на крафт бирената култура в Пловдив и по-конкретно в региона на квартал „Капана“ се представя като пример за прогресивни локални политики, генерирани от долу, които се базират на нови бизнес модели, насочени към развитие на региони и устойчиви общности. Занаятчийското производство на бира се разглежда като социално вписан модел на иновация, който се базира на антиглобалистки разбирания, виждания за развитие на локалността и употреба на местните социални, икономически и културни ресурси. Крафт пивоварите и взаимодействията с тях магазини за занаятчийска бира, специализирани заведения и ресторанти, предлагащи бира собствено производство, се представят като актьорите, които не само развиват крафт бирената култура в града, но и работят за развитие на конкретна „публика“, която да споделя техните виждания за крафт бирата.

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

Associate Professor Dr. Elitsa Stoilova

Paisii Hilendarski University of Plovdiv

Keywords: Craft beer, craft beer culture, crafts

The study aims to understand the specifics of craft beer in the context of urban crafts. In the last decade, the production and consumption of so-called “Craft Beers” is gaining popularity in Bulgaria. This new phenomenon is associated with the imposition of a specific culture of consumption and production ethics, which are defined as craft beer culture. This new culture of production and consumption is characterized by the imposition of a new business model based on shared knowledge, close relationships between brewers, mutual sharing of experience and often common projects. Another specificity is the development of a new type of market relations, in which consumer-user relations are shortened and become more immediate. The industry is based on traditional knowledge and innovation, as well as close producer-consumer relations. The paper will follow the development of craft - beer culture in Plovdiv and its role in the transformation of the district of creative industries “Kapana”. Craft brewing will be traced in the context of the creative industries, the informal economy and the experience tourism.

The industry is seen as an example of a new type of craft because it claims to be a counterpoint to standardized mass production, an opposition based on traditional knowledge and innovation. The paper also looks at the duality of craft brewers. In addition to producers, they are also consumers of beer, which claim to be crafted. That is why Colin Campbell defines the consumer-user relationship in this type of production as a co-constructing relationship. For him, one of the main characteristics of craft beer is the desire for self-expression, which this new type of consumer-producer realizes in the production and consumption of what he creates. According to Campbell, craft beer can be linked to a consumer practice in which the “product” in question is essentially both produced and “designed” by the same person, who, as a consumer, also brings skills, knowledge, appreciation and passion”. For him, the consumption of a handcrafted product is also associated with such practices as “personalization” and “adaptation to consumer needs” (Campbell, 2005: 23). Thus, the author presents not only the duality of the producers of a handicraft product, but also the emotional connection that is built between the producer-consumer and the beer produced by him. The interweaving of individual tastes, personalization of taste and technological experience is key to defining a beer as a craft beer.

Such connections and relationships are specific to pre-industrial foods, but the new type of artisanal production again returns as the main object the limited edition, the authentic and personalized product.

The development of craft beer culture in Plovdiv and in particular in the region of the “Kapana” district is presented as an example of progressive local policies generated from below, which are based on new business models aimed at developing regions and sustainable communities. Craft beer production is seen as a socially inscribed model of innovation, based on anti-globalist understandings, views on local development and the use of local social, economic and cultural resources. Craft brewers and the craft beer shops interacting with them, specialty restaurants and restaurants offering home-brewed beer present themselves as actors who not only develop craft beer culture in the city, but also work to develop a specific “audience” that shares their views on craft beer.

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, наследство, социални динамики, местно развитие, миграции и граници.

Преподава курсовете: „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 Пловдивския университет „Паисий Хилендарски“ и доцент по модерна история на Югоизточна Европа в Института 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-дискусионни 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 Софийския университет „Св. Климент Охридски“, Исторически факултет, история, със специализация по археология (1987 г.). Работи като археолог проучвател в Националния археологически институт с музей към Българската 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 проуч-

вания във Велики Преслав (от 1990 г. досега), Провадия (2004 – 2008 г.), София (от 2000 – 2001 г., 2010 – 2019 г.).

Димо Чешмеджиев е доцент по теория и история на културата в Пловдивския университет „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 е 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 програмата „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 идентичност, 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.

Златина Богданова е главен асистент в Института за етнология и фолклористика с Етнографски музей – БАН. Публикува изследвания в областта на градската антропология: културни политики и наследство, творчески индустрии и квартали, туризъм. Има проучвания върху младежките общности в България – студентски трудови миграции и рокерски субкултури.

Георги Иванов е етнолог, завършил бакалаварска степен във ФИФ към Пловдивския университет „Паисий Хилендарски“ със защита на дипломна работа на тема „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 специалността „Социоанализа и междучовешки отношения“ в споменатия факултет. Основните му изследователски интереси са насочени към тялото, социокултурното и психичното; техните модалности и индиосинক্রазии.

Eleni Sideri има докторска степен по социална антропология от SOAS/Лондонския университет. Провеждала е обширна теренна работа в Кавказ, в бивша Югославия (Сараево) и в Гърция. Тя преподава социална антропология в различни катедри и е публикувала на различни езици. Наскоро завърши изследването си в три държави от Югоизточна Европа (Босна и Херцеговина, Грузия и Гърция) върху мрежите за копродукция на филми и идентичността на Европа. В момента работи като асистент в Македонския университет, Департамента по балканистика, славистика и ориенталистика.

Eleni Kapetanaki е професор по обучение в гимназиалния етап. Тя притежава докторска степен по антропология (Пантейонски университет), спонсорирана от Фондация Лацис (Фондация ИАОА), и магистърска степен по политически науки и история (Пантейонски университет). Нейните настоящи изследвания са свързани с творческата женственост, произвеждана и представяна чрез малки индустрии за облекло в историческия център на Солун. Нейната предишна етнографска теренна работа се провежда в Албания и е свързана с практиките и разбиранията за самоидентичност и мобилност между Гърция и Албания (2009 – 2013 г.). Научните ѝ интереси се фокусират върху миграцията и мобилността, пола, антропологията на времето и пространството, градската антропология, опита и чувството за самоидентичност. В момента тя завършва изследванията си като асоцииран учен в Лабораторията за култури, граници и пол.

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 Института 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.

Мария Кисикова е преподавател в катедра „Етнология“ на Пловдивския университет „Паисий Хилендарски“. Тя завършва етнология и защитава интердисциплинарен дисертационен труд, засрещаш фолклористика и етносоциология. Преподавателските ѝ ангажменти са свързани с обучение по интеркултурна комуникация; стереотипи и предразсъдъци; етно- и социолингвистика, в което тя използва разнообразни методи и техники от формалното и неформалното образование. М. Кисикова е участник в множество национални и международни научни и приложни проекти, свързани с (не)материално културно наследство, общности, памет, като е натрупала опит в разработването на различни творчески продукти, представящи общностното наследство – изложби, филми, каталог, творчески работилници и пр. Изследователските ѝ търсения са свързани с проучване на различни локални общности, истории и разказване, памет и наследство. Автор е на монография, колективна монография и множество статии на български и на английски език.

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 въпроса за идентичността. От близо пет години работи върху кулинарните фестивали в България и техните специфики.

**КАПАНИТЕ НА ГРАДА:
НЕМАТЕРИАЛНО КУЛТУРНО НАСЛЕДСТВО**

СБОРНИК С РЕЗЮМЕТА НА НАУЧНИ ДОКЛАДИ

Коректор: Гергана Иванова

Предпечатна подготовка: Гергана Георгиева

Пловдив, 2022

ISBN 978-619-7663-39-6

