

# Imaginea urbană. O nouă dimensiune în organizarea spațiului urban

Asist. univ. drd. Marius Neacșu  
REI – ASE, București

*City Image. A New Dimension In Urban Planning. In 1985, Von Foerster has calculated that a system which has only four inputs and four outputs can have  $10^{2466}$  different configurations. A city is a system more complex with more inputs and outputs, therefore an analytical description of it cannot be given. This obviously makes its behaviour incalculable.*

*On the other hand the urban planner and the public authority which legitimizes his action are not a system of control distinct from the city, but a component of it.*

*This fact require a different approach of urban planning. City image which represents the mental perception of the city could be the solution. The paper examines inner and outer image of Ploiești city, identifying “attractive” and “repulsive” areas.*

*Key words: city, urban planning, identity, image, configuration*

## 1. Orașul – identitate, imagine și organizare

Fiecare oraș de pe harta lumii este **identificabil** printr-o serie de atribute, calitative sau cantitative, ce-i conferă individualitate în „țesutul” urban mondial. Astfel, coordonatele geografice, mărimea demografică, așezarea, forma, constituie tot atâtea „dimensiuni” exterioare ce oferă posibilitatea unei identificări indubitabile.

Deși toate orașele pot fi identificate în mod precis, nu toate au o identitate „clară”; dimpotrivă, multe dintre orașele contemporane traversează o adevărată criză de identitate.

**Identitatea urbană** reprezintă acel set unitar de caracteristici, capabil să poarte aceeași semnificație pentru fiecare locuitor al

orașului (Brunet și Ferras, 1992), reflectându-se la nivel mental printr-un simbol, adoptat și „construit” în timp de fiecare generație în parte, simbol ce asigură coerența și continuitatea vieții acelei comunități urbane (G. Dematteis, 1994).

De asemenea, identitatea unui oraș este expresia modurilor de organizare a spațiului urban din trecut, concretizate prin intervenții externe, voluntariste, ale căror efecte au fost amplificate, diminuate sau chiar anulate de organizarea proprie, internă a orașului – **autoorganizarea** – care este dominantă și permanentă. Astfel, identitatea devine o expresie a autoorganizării, a orașului privit la „trecut”. Dacă abordăm orașul „prezent” sau „viitor”, identitatea sa se transpune în imagine – **imaginea urbană**. Aceasta nu este altceva decât reprezentarea mentală a

oraşului la nivel de individ/comunitate urbană.

În principiu există „două” realităţi:

a) realitatea **obiectivă**, rezultată dintr-un complex de condiţii geografice, ce acţionează independent de voinţa umană şi care se supune legilor cosmice;

b) realitatea **percepută**, în funcţie de diverse variabile dependente sau independente (sex, vârstă, studii, venituri, stare de sănătate etc.) şi de scara de percepţie.

Ca atare, imaginea urbană reprezintă percepţia realităţii urbane actuale, prezente – „prima realitate” (cea obiectivă) –, practic o reprezentare mentală a acesteia, o „a doua realitate” (Racine, 1994) sau un „al doilea oraş”, cel identificabil prin intermediul anchetelor sociale.

Se scindează mai multe direcţii. Astfel, pentru orice oraş, există o **imagine colectivă**, un produs mental al comunităţii umane ce-l populează şi îl reprezintă, dar şi **imagini individuale** ale actorilor urbani, imagini unice, reprezentări mentale ale oraşului, cartierelor, străzilor, prin prisma unor repere fizice perceptibile în mod direct, care uneori sunt personificate, mai mult sau mai puţin, prin diverse semnificaţii sociale a unor obiective, areale, prin funcţiile, istoria sau chiar numele lor (K. Lynch, 1976).

De regulă, sunt vizate câteva elemente distincte:

□ **Străzile.** Sunt căi de acces în lungul cărora observatorul (simplul locuitor sau vizitator al

oraşului) se deplasează în mod obișnuit, ocazional sau potențial, în scopul atingerii diverselor obiective, fie pe jos (interesantă devenind aici calitatea trotuarelor și a pasajelor pietonale), fie cu un autovehicul (caz în care dominantă percepției este dată de calitatea suprafeței carosabile).

Pentru cei mai mulți dintre locuitori **străzile sunt elementele predominante ale imaginii oraşului.** Oamenii observă oraşul când

circulă și unele elemente ale peisajului urban sunt repartizate în spațiu și reperate în funcție de poziția și așezarea lor de-a lungul unei străzi, bulevard etc.

Astfel, atât pentru locuitorii intervievați din Ploiești, cât și pentru cei din exteriorul acestuia, care vin în oraș, **B-dul Republicii** domină imaginea lor asupra municipiului, atât prin exprimarea clară în peisajul urban și prin faptul că, punctul de plecare, ca și destinația bulevardului, sunt clare și bine cunoscute, ceea ce-i conferă o identitate mai puternică, cu accente mai percutante în percepția cetățenilor, cât și prin caracteristica funcțională asociată acestuia, B-dul Republicii reprezentând o veritabilă arteră comercială a oraşului, nefiind neglijabile nici valențele recreative concretizate prin spațiul verde existent în Piața Mihai Viteazul, al cărei simbol dominant îl constituie, desigur, statuia domnitorului. De asemenea, asociate bulevardului sunt și alte elemente ale peisajului urban, bine impregnate în memoria locuitorilor – sediul CONEL, identificat prin culoarea sa, fiind supranumit „*Casa Roșie*”, Cimitirul Soldaților Ruși etc. În același sens, B-dul Independenței (ce merge spre Gara de Sud a oraşului) se constituie, pentru cei mai mulți dintre intervievați, într-un **areal atractiv**, în special, pe considerentul particularității sale – prezența unui aliniament stradal deosebit, artera fiind cunoscută de locuitori ca „**B-dul Castanilor**”, cu valențe recreative, plusul său de identitate fiind dat de faptul, că, la sfârșit de săptămână, circulația rutieră este interzisă pe bulevard, acesta transformându-se într-un spațiu recreativ de week-end.

□ **Intersecțiile (piețele civice).** Sunt puncte sau locuri „strategice” într-un oraș, penetrabile

de către un observator, spre și dinspre care el se îndreaptă. Unele dintre aceste „noduri” reprezintă nucleele unor cartiere, în jurul cărora își manifestă influența și care constituie simboluri pentru zona respectivă.

Bine marcate în peisaj prin squaruri și sensuri giratorii (semnalate de Kevin Lynch

ca reale „rupturi” în comunicație, unde se schimbă sensibil ritmul sau direcția) sunt intersecțiile situate de-a lungul bulevardelor Republicii și Independenței ce traversează de la N la S orașul – P-ța Mihai Viteazul, P-ța Eroilor, P-ța Victoriei, P-ța 1 Decembrie –, la care se adugă și alte „noduri” secundare de importanță locală.

□ **Punctele de reper.** Sunt un alt tip de elemente de referință ale imaginii urbane, cu o

tipologie aparte; ele sunt externe, nepenetrabile de observator.

Această categorie este constituită din elemente de referință ce cunosc o anumită utilitate locală, când nu pot fi „zărite” decât din anumite locuri sau din diverse unghiuri. Astfel sunt diversele indicatoare, vitrinele magazinelor (Omnia, Galeriile Comerciale etc.), unele instituții (Palatul Culturii, Palatul Administrativ, Tribunalul etc.) sau lăcașurile de cult (Catedrala Sf. Ioan), diverse elemente („Ceasul” din Centrul Civic, Halele Centrale) sau alte detalii ale peisajului urban care „umplu” imaginea locuitorilor.

Aceste detalii sunt frecvent utilizate pentru a identifica și chiar pentru a împărți o zonă, devenind cu atât mai „credibile”, cu cât un anumit traseu devine din ce în ce mai familiar.

□ **Cartierele.** Sunt „celule” fundamentale ale spațiului social urban, cu o deosebită coeziune

internă, prin prisma căroră, comunitatea urbană respectivă percepe întregul oraș. Deci, în cele mai multe cazuri, imaginea cartierului se resfrânge asupra calității imaginii generale a orașului, având în vedere timpul petrecut în interiorul cartierului respectiv. Totodată, cartierul poate imprima un anumit comportament social locuitorilor săi.

Cartierul este recunoscut printr-o anumită caracteristică (textură, spațiu, forme, detalii, simboluri, tipul și culoarea construcțiilor, semnificații sociale cu o anumită încărcătură emoțională, tipul de activitate, funcții, locuitori, grad de

întreținere/uzură, topografie etc. – Kevin Lynch, 1967), care-i permite observatorului să-l identifice, dacă acesta este în interior (percepție endogenă), caracteristică ce se transformă într-o referință de bază, dacă subiectul se află în exterior (percepție exogenă). Ca atare, cartierele sunt zone relativ întinse ale orașului, ce pot fi identificate mental de observator și care au o anumită calitate internă care le este proprie. Practic, la nivel perceptiv, **fiecare cartier este unic**, imprimând un anumit spirit de apartenență locuitorilor săi, ce pot fi, uneori, identificați cu o puternică comunitate urbană, menținută de o strânsă coeziune internă.

Sub aceste aspecte, orașul Ploiești, ca majoritatea orașelor din România, de altfel, cunoscând sistematizarea comunistă, pare un oraș fără istorie, cu un aspect aproape haotic, cu spații funcționale ce se întrepătrund, cartierele, în majoritatea lor păstrând monotonia blocurilor de tip serie, cu fațade de un cenușiu fără personalitate, specifică cartierelor muncitorești, răspândite în cea mai mare parte a orașului, în mod deosebit în zona vestică, pentru mulți intervieuați aceste cartiere neprezentând o diferențiere internă precisă.

□ **Limitele (discontinuitățile).** Sunt elemente liniare cu o identitate aparte pentru observator, diametral opuse căilor de acces. Acestea sunt frontiere între două tipuri de zone. Astfel, menționabilă este **calea ferată** din S Ploieștiului, inserată „brutal” în spațiul rezidențial al orașului, separând periferia urbană în care se încorsetează zonele industriale (Zona Industrială Sud, Upetrom),

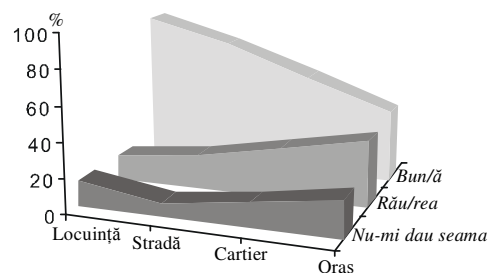


Fig. nr. 1 - Percepția calitativă depinde de scara de observație

de transport (calea ferată, D.N. 1) cu cele rezidențiale, acestea din urmă fiind indicate de intervievați ca **areale repulsive** (cartierele Mimiș, Petrolului, Râfov, Moțoi).

Aceeași valență repulsivă o capătă și cartierul Bereasca, separat printr-o limită dublă de „corpul” orașului – pâraul Dâmbu și calea ferată din NE.

Elementele mai sus prezentate constituie „materia primă” ce stă la baza alcătuirii imaginii urbane. Acestea nu apar ca niște „singularități”, ci sunt puse într-o schemă, capătă valoare și semnificații prin prisma relațiilor dintre ele. În acest sens, esențială pentru conturarea de ansamblu a **imaginii urbane** o constituie **scara de percepție** („rezoluția geografică”). Astfel, un punct de reper nu înseamnă nimic dacă nu este mărită rezoluția (micșorată scara de percepție), dacă nu este pus „în schemă” pe o stradă, într-o intersecție, într-un cartier, într-o zonă a orașului, oraș reflectat într-un număr de imagini mentale individuale proporțional cu numărul locuitorilor.

Ca atare, dacă 86 % dintre intervievații din orașul Ploiești apreciază ca „bună” locuința personală, numai 74 % apreciază la un nivel similar strada pe care locuiesc, procentul scăzând până aproape de jumătatea eșantionului (57 %) în cazul celor care apreciază drept „bun” cartierul de rezidență (vezi fig. nr. 1).

În ceea ce privește orașul, ponderea intervievaților care sunt mulțumiți de imaginea de ansamblu a acestuia, continuă curba descendentă, atingând valoarea de 41 %.

Se observă, că aprecierea calității scade de la o scară mare de observație (locuința) la o scară mai mică (orașul), explicația acestui fapt rezidând în cunoașterea mult mai profundă și acuitatea mult mai mare a percepției la o scară mare de observație. Astfel, fiecare om își cunoaște mai bine propria locuință decât strada sau cartierul în care locuiește, percepția imaginii acestora, cât și a întregului oraș scăzând în intensitate,

ponderea celor nehotărâți („nu-mi dau seama”) înscriindu-se pe o curbă ascendentă, de la 7 % în cazul imaginii străzii la 21 % în cazul orașului.

Kevin Lynch (1976) amintește de „cupluri de elemente”, în cadrul cărora detaliile se pun în

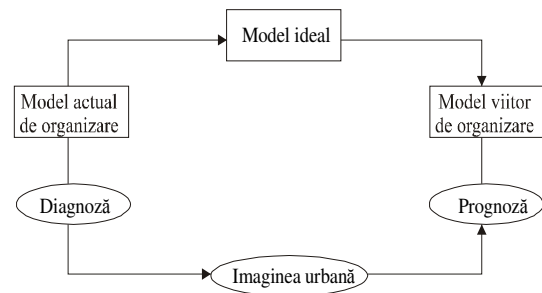


Fig. nr. 2 - Schemă teoretică privind metodologia analizei modului de organizare a spațiului

valoare reciproc, intră în rezonanță, astfel încât se amplifică puterea unuia sau altuia dintre elemente sau pot intra în conflict și distruge reciproc.

Pe de altă parte, imaginea urbană este un „barometru” al habitatului urban, reflectând disfuncționalitățile din modul actual de organizare. Ca atare, aceasta capătă valențe deosebite, fiind atât produsul unei realități teritoriale prezente, cât și premiza ce ar putea sta la baza unor intervenții viitoare. Populația orașului se constituie, deci, ca un factor de presiune, atât prin dimensiunea sa cantitativă, cât, mai ales, prin cea calitativă, comunitatea locală respectivă fiind promovatoarea imaginii urbane (ca produs al modului actual de organizare teritorială), dar și beneficiară al modelului prognozat.

Astfel, imaginea urbană poate deveni un „instrument” indispensabil în schema modelului de analiză a organizării spațiului urban, în condițiile stabilirii unei metodologii coerente și corecte (vezi fig. nr. 2).

## 2. Ploiești – analiză secvențială a mediului urban românesc

Pentru a surprinde imaginea orașului Ploiești (endogenă și exogenă) s-a constituit un eșantion experimental (350 de persoane), eșantion ce marchează o **secvență spațio-temporală** a stării de fapt cercetate la nivelul municipiului, obiectivul sondajului de opinie rezidând în semnalarea unor probleme și zonarea acestora pentru o identificare primară a percepției orașului, atât de către proprii locuitori, cât și de către cei din proximitate.

Ca atare, eșantionul s-a construit pe două segmente principale:

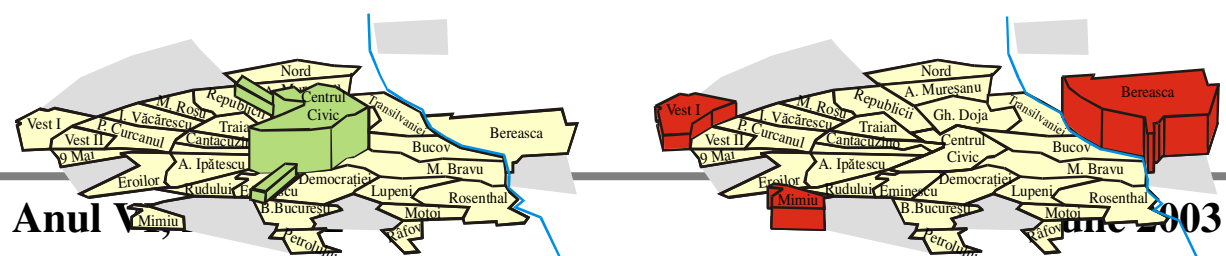
- locuitorii din interiorul orașului (percepția endogenă);
- locuitorii din exteriorul orașului (percepția exogenă), atât din orașele din împrejurimi (Băicoi, Plopeni, Boldești-Scăieni, Urlați, Mizil), cât și din mediul rural aflat sub influența directă a Ploieștiului, dar și a altor orașe mai mici (comunele: Plopu, Ceptura, Ploieștiori, Blejoi, Puchenii Mari, Puchenii Moșneni, Filipeștii de Pădure, Bucov, Gornet-Cricov, Gorgota, Filipeștii de Târg, Cocorăștii Mislui, Pleașa, Găgeni, Vărbilău).

Neinsistând asupra metodologiei specifice de eșantionare și prelucrare statistică a datelor din chestionar (vezi T. Rotariu, 1999),

amintim, totuși, utilizarea testului de semnificație *hi square*.

O secțiune importantă a chestionarului vizează imaginea cartierelor, a acestor veritabile „celule” ale „țesutului” urban, locuitorii fiind intervievați asupra aspectului general al acestora, fiind vizate: calitatea străzilor (aspect, salubritate, iluminat public, alimentare cu apă, canalizare etc.), probleme legate de accesibilitate și securitatea publică în interiorul cartierelor etc. Toate aceste „probleme” au fost sintetizate prin identificarea și localizarea „arealelor de atractivitate” și „de repulsivitate”, individualizate la nivelul orașului Ploiești (vezi fig. nr. 3).

Fig. nr. 3 - Aree „attractive” (stânga) și areale „repulsive” (dreapta) identificate la nivelul orașului Ploiești (2001)



|   |  |
|---|--|
| <p><b>1. Zona Centrală</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ „inima oraşului”, către care converg toate fluxurile urbane;</li> <li>▪ spaţiu administrativ (sediul Primăriei și Consiliile Local și Judeţean);</li> <li>▪ spaţiu cultural (Palatul Culturii care adăposteşte cea mai mare bibliotecă publică din Ploieşti – <i>Nicolae Iorga</i>, Teatrul <i>Toma Caragiu</i>, Filarmonica, Colegiile Naţionale <i>I.L. Caragiale</i> și <i>Mihai Viteazul</i>, Muzeele <i>Ceasului</i>, <i>Petrolului</i> etc.);</li> <li>▪ spaţiu „terţiar” (filialele băncilor importante, agenţiile de turism, centrele comerciale);</li> <li>▪ spaţiu rezidenţial (majoritar locuitori la bloc, proprietari, căsătoriți, cu studii superioare etc.)</li> </ul> | <p><b>1. Bereasca</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ zona „veche” a oraşului, situată dincolo de pârâul Dâmbu și calea ferată (dublă discontinuitate);</li> <li>▪ predomină casele;</li> <li>▪ stare deficitară a serviciilor urbane publice (calitatea străzilor, starea de curăţenie, iluminatul public etc.);</li> <li>▪ segregare etnică accentuată;</li> <li>▪ 60% dintre intervievaţi s-ar muta, având în vedere aspectul general al cartierului.</li> </ul>   |
| <p><b>2. B-dul Republicii</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ spaţiu verde, cu valenţe recreative (Parcul Mihai Viteazul, al cărui simbol dominant este, desigur, statuia domnitorului);</li> <li>▪ spaţiu comercial;</li> <li>▪ domină imaginea locuitorilor prin exprimarea clară în peisajul urban;</li> <li>▪ punctul de plecare ca și destinaţia bulevardului sunt clare și bine cunoscute.</li> </ul>  | <p><b>2. Mimi</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ situat dincolo de calea ferată din S, ce-l separă de „corpul” oraşului;</li> <li>▪ periferie încastrată în spaţiile industriale din S oraşului;</li> <li>▪ cartier cu aspect rural;</li> <li>▪ hazard „behaviorist” accentuat;</li> <li>▪ numeroase probleme legate de infrastructura urbană (salubritate inefficientă, canalizare inexistentă pe unele străzi-Brădetului de pildă, iluminat deficitar, accesibilitate puternic diminuată etc.);</li> <li>▪ 50% dintre intervievaţi s-ar muta, cei care nu ar face-o având drept motivaţie legăturile afective („acolo s-au născut”, „obişnuinţa” etc.).</li> </ul> |
| <p><b>3. B-dul Independenţei</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ spaţiu verde (supranumit <i>B-dul Castanilor</i>; în week-end traficul auto este interzis), cu valenţe recreative.</li> <li>▪ axa vitală a oraşului (N-S).</li> </ul>   | <p><b>3. Vest I</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ cartier periferic, tipic „muncitoresc”;</li> </ul>  |

O altă secţiune a chestionarului vizează imaginea de ansamblu a oraşului Ploieşti, alcătuită din întrebări deschise și semideschise (vezi anexa), intervievaţi fiind solicitaţi să-și spună părerea și să semnaleze

problemele majore ale oraşului sau să indice trăsătura cea mai potrivită/ce este reprezentativ pentru municipiu, toate acestea culminând cu întrebarea - „*Sunteţi mulţumit*



de imaginea oraşului Ploieşti ?” (vezi fig. nr. 4).

Astfel, printre priorităţile ce trebuie avute în vedere de autorităţile locale se numără: atenuarea problemelor sociale (şomajul, eradicarea „modelor de cartier”, diminuarea segregării etnice etc.), îmbunătăţirea infrastructurii urbane (repararea străzilor, eficientizarea spaţiilor de parcare, fluidizarea traficului în scopul reducerii zgomotului şi a noxelor) etc.

Şi în ceea ce priveşte trăsătura cea mai potrivită ce denotă aspectul general al oraşului, părerile sunt împărţite, reliefând de altfel complexitatea funcţională şi peisagistică a Ploieştiului (se remarcă, totuşi, dominantă socială care marchează imaginea asupra oraşului, influenţa tranziţiei economice fiind puternic resimţită), individualizându-se însă funcţia dominant industrială de prelucrare a petrolului, dar şi poluarea aferentă, o parte a intervievaţilor amintind şi tradiţia în acest domeniu, starea precară de curăţenie şi câinii de pe străzile oraşului. Deşi dimensiunea negativă domină percepţia endogenă a imaginii urbane, apar însă şi câteva aspecte pozitive, intervievaţi din Bereasca menţionând muzeele ca fiind caracteristice pentru imaginea Ploieştiului, nefiind uitată nici imaginea de „oraş al lui Caragiale”, unele aspecte arhitecturale deosebite sau diverse instituţii (Palatul Culturii) din zona centrală.

Paralel cu sondajul de opinie desfăşurat în perimetrul oraşului Ploieşti, au fost intervievaţi şi locuitori din oraşele şi comunele din proximitatea municipiului, toţi ajungând în reşedinţa judeţului Prahova cel puţin o dată pe lună (20 % din mediul urban şi 38 % din comunele din apropiere înscriindu-se în fluxurile navetiştilor ce converg spre Ploieşti, iar jumătate dintre cei intervievaţi anjung de mai multe ori pe lună).

Cea mai mare parte a celor intervievaţi (53% din mediul urban şi 49 % din mediul rural)

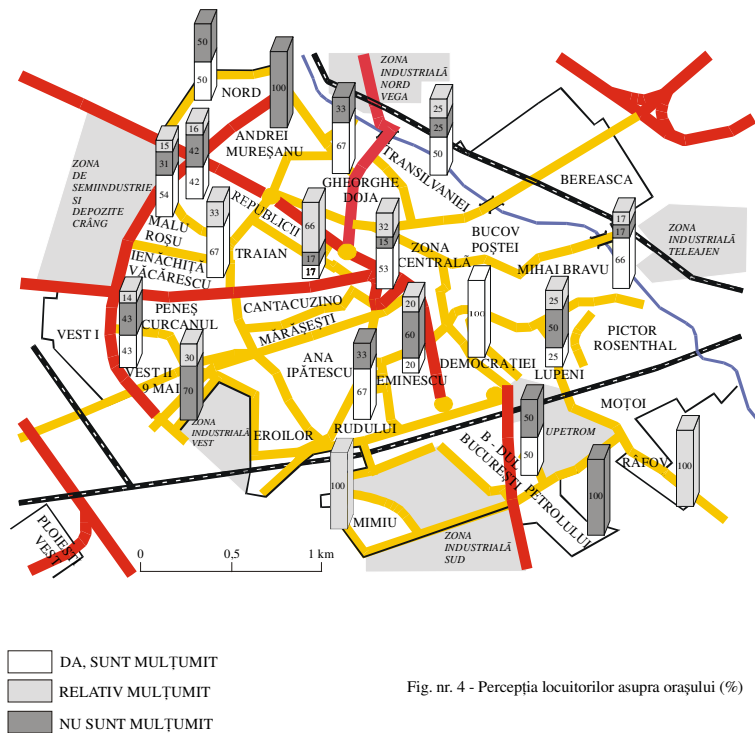


Fig. nr. 4 - Percepţia locuitorilor asupra oraşului (%)

merg, în virtutea împrejurărilor, în partea centrală a Ploieştiului, o altă pondere însemnată (30 %, respectiv 26 %) îndreptându-se spre diferite zone ale municipiului (Nord, Malu Roşu, 9 Mai etc.), pe considerentul unor motive subiective.

Prima impresie pe care o lasă oraşul Ploieşti unui observator extern este deosebit de complexă, primând însă cea rezultată direct din nesatisfacerea unei nevoi obiective. Astfel, o bună parte a intervievaţilor din comunele din apropierea oraşului evidenţiază lipsa spaţiilor de parcare, având în vedere că 58 % dinre ei folosesc autoturismul personal, pentru că: „este mai comod”, „economiseşti timp şi bani”, „serviciile nesatisfăcătoare ale RATA”, „este mai rapid”, 15 % preferând „ocazia”, deoarece „nu există alte modalităţi” (Gorgota). De asemenea, nu sunt omise nici „aglomeraţia”, „zgomotul” şi „poluarea” specifice unui oraş mare cum este Ploieştiul, ponderi destul de reduse (2-5 %) menţionând însă, şi valenţele culturale asociate unui centru, reşedinţă de judeţ.

Răspunsurile la întrebarea - „Dacă aţi avea posibilitatea v-aţi muta în oraşul Ploieşti?” -

, scindează eșantionul în două segmente distincte, comparabile ca mărime. Astfel, numai 46 % dintre intervievații din orașele prahovene surprinse în eșantion s-ar muta în municipiul Ploiești, cea mai mare parte (70 %), datorită facilităților și diversificării serviciilor. În schimb, 54 % nu s-ar muta, iar dintre aceștia 36 % consideră orașele mici „mai liniștite”, „mai curate”, „mai puțin aglomerate” (Mizil, Plopeni, Boldești-Scăieni), o rezistență deosebită opunând și „obișnuința” (Urlați), iar locuitorii din Băicoi refuză pur și simplu orașele mari.

În ceea ce privește mediul rural, tendința migratorie este mult micșorată, 63 % dintre intervievați nedorind să se mute în Ploiești, cea mai mare parte (53 %) fiind puternic legați de spațiul rural, atât prin sentimentul de „libertate” pe care îl conferă și neacceptarea „stresului” urban, cât și prin valențele unui mediu mai puțin afectat de poluare.

### Concluzii

Pe baza interpretării rezultatelor sondajului de opinie s-a formulat ideea că locuitorii din orașele și satele din proximitatea municipiului Ploiești cunosc bine orașul, fapt reliefat și de concordanța percepției imaginii acestuia în cele două cazuri (endogen și exogen). Ca atare s-au conturat aceleași arii de atractivitate – Zona Centrală (funcția complexă administrativ-culturală și comercială atrăgând jumătate din cei intervievați, indiferent de mediu), B-dul Republicii și B-dul Independenței, în mare parte, pe aceleași considerente ca și la percepția endogenă, în timp ce arealele repulsive se conturează în mod deosebit în proximitatea Gărilor de Sud și Nord, evidențiindu-se însă în topul ierarhiei, tot cartierul Bereasca. Este evident faptul că arealele identificate de intervievați în dimensiunea negativă a percepției au un caracter „insular”, fiind cvasiizolate de

„corpul” orașului, puternic încorsetate în spațiile industriale și de transport.

Spre deosebire de percepția endogenă, intervievații din exteriorul orașului evidențiază în mod deosebit, ca elemente reprezentative ale municipiului, diverse simboluri ce se înscriu în dimensiunea pozitivă a percepției – Universitatea și Colegiile Naționale, muzeele, Palatul Culturii etc. –, printre problemele ce prejudiciază imaginea orașului Ploiești dominante fiind: poluarea, starea de curățenie și securitatea publică în oraș, traficul intens etc, în timp ce imaginea endogenă este conturată îndeosebi în jurul unor elemente ce vizează funcția industrială tradițională de prelucrare a petrolului („petrolul”, „aurul negru”, „poluarea”, „mirosul de benzină”, „rafinăriile” sunt pentru cea mai mare parte a intervievaților din „interior” caracteristica reprezentativă a orașului), omogenitatea spațiilor rezidențiale, lipsite de personalitate („culoarea <<sinistră>> a blocurilor”) sau a fenomenelor sociale, care de cele mai multe ori, distorsionează percepția de ansamblu asupra orașului.

### Bibliografie:

- Armaș I., Damian R. (2001), *Cartarea și cartografierea elementelor de mediu*, Ed. Enciclopedică, București.
- Dematteis G. (1994), *Urban Identity, City Image and Urban Marketing*, Institut für Geographische Wissenschaften, Berlin.
- Ianoș I. (2000), *Sisteme teritoriale. O abordare geografică*, Ed. Tehnică, București.
- Lynch K. (1976), *Image de la cité*, Paris.
- Rotariu, Traian și colab. (1999), *Metode statistice aplicate în științele sociale*, Ed. Polirom, Iași.