

THE MUSEUM OF SALT IN POMORIE TOWN AS A RESULT OF LOCAL INSTITUTIONAL CULTURAL POLICIES

Asen Georgiev, asenpg@abv.bg

Center for support of personal development - Burgas, Bulgaria

Abstract: The Museum of salt was established 18 years ago as an ambitious project for the development of cultural tourism, subsidized by the EU's „Phare” program. The Museum visualizes the traditional unique local salt yield technology that Anhialo has been famous for since ancient times. This cultural institution has developed over the years and it` s looking for new ways to reach the people interested in alternative tourism.

Keywords: Museum of Salt, History and Culture of Salt Production, Museum Tourism, Cultural Project

МУЗЕЯТ НА СОЛТА В ГРАД ПОМОРИЕ КАТО РЕЗУЛТАТ НА МЕСТНИ ИНСТИТУЦИОНАЛНИ КУЛТУРНИ ПОЛИТИКИ

Асен Георгиев, asenpg@abv.bg

Център за подкрепа на личностното развитие – Бургас, България

Резюме: Музеят на солта е създаден преди 18 години като амбициозен проект за развитие на културен туризъм, субсидиран от програмата „Фар“ на ЕС. Музеят визуализира традиционната уникална местна технология за добив на сол, с която се слави Анхиало от древността до наши дни. Тази културна институция се развива през годините и търси нови пътища към интересуващите се от алтернативен туризъм.

Ключови думи: Музей на солта, история и култура на солодобива, музеен туризъм, културен проект

През последното десетилетие, освен традиционните проблеми, свързани с опазването и популяризирането на културното наследство, се активизираха дебатите около актуализацията на неговото експониране. Заговори се за т. нар. „нова музеология“, чието призвание е основно да „изтупа от праха“ старите статични музейни експозиции и стимулирането на контакта между музейни експонати и посетители. Като основни потенциали на тази нова музеология се очертават: 1/ Установяване или възстановяване на връзката между музея и музейните публики; 2/ Насърчаване на участието и включеността на общностите, чийто култури музеят репрезентира; 3/ Статичното разглеждане на музейните експозиции да се превърне в събитийно случване (Kazalarska, 2014, pp. 44-46).

Музеят на солата е създаден през 2002 г., като неговата експозиция е разположена на ул „Солна“ в гр. Поморие, на брега на Поморийското езеро. Идеята за съхраняването на традициите, свързани със солодобива в Поморие, обаче не е нова. Тя се заражда още в началото на 70-те години на 20-ти век. Инициативата принадлежи на шепата стари солари, добиващи „бялото злато“ на града по старинна технология, за която още тогава става ясно, че изчезва. По това време председател на Градския народен съвет в Поморие е Цанко Цанков, който инициира идеята в общественото пространство. Тогавашният Общински съвет за култура към Община Поморие започва работа по начинанието за превръщане на все още работещите по старата технология Поморийски солници в резерват, наречен „Стари поморийски солници“. Този акт несъмнено се оказва решаващ за съхранението на т. нар. анхиалски метод за солодобив като културно-историческо наследство. Причините за промяната на статуквото на поморийските солници от активно действащи към превръщането им в резерват и най-накрая, в началото на 21 в., в музей, са многобройни. Старинният занаят, емблематичен за града, е с технология, утвърдена от векове, но тя е ръчна, силно зависима от климатичните капризи, с неголяма производителност. Според специалистите, запознати с технологичния процес, този метод е твърде остарял и трудоемък в сравнение с модерните методи и технологии, които се използват към

настоящия момент при солодобива от Атанасовското езеро край град Бургас. Освен това терените, на които са били разположени солниците в Поморие, са принадлежали на частни лица, което затруднява синхронизираното производство на големи количества сол, докато напр. още при създаването си в началото на 20 век Бургаските солници са разположени върху държавна земя.

Невъзможността да служат за промишлен солодобив, но в същото време осъзнаването на уникалността и културната ценност на технологията, на хората, които я владеят и на неповторимия ландшафт, който я прави възможна, налага превръщането на Поморийските солници в резерват. Старите солари продължават активната си дейност по солопроизводство повече от тридесет години след създаването на резервата, но за жалост постепенно демографската криза и трудната технология водят до постепенното замиране на активната производителна дейност.

Заради спешната необходимост от съхраняване на връзката между хора, ландшафт и културни техники през 2002 г., благодарение на активната институционална културна политика на Община Поморие, бива реализиран проект „Всичко за солта (АЛАС) 2001-2002г.“, с финасовата подкрепа на Европейския съюз чрез програма „ФАР“. Именно работата по този проект ражда Музея на солта. Още два проекта с европейско финансиране допълват облика на институцията до завършения вид, в който съществува към днешна дата. Това са проектите „Развитие на Музея на солта в Поморие като завършен обект на културния туризъм“ (2004-2005 г.), също реализиран с финасовата подкрепа на Европейския съюз чрез програма „ФАР“ и проект „Поморие – туристическа атракция – град на солта, древна история и традиции“ (2012-2013 г.), реализиран с безвъзмездна финансова помощ по Оперативна програма „Регионално развитие“ (2007-2013г.).

Музеят на солта е разположен на площ 22 декара и до 2012 г. функционира като структура на Община Поморие. След това учреждението преминава под егидата на Исторически музей - Поморие. Експозициите, с които разполага Музеят на солта, са две: външна и вътрешна, като сградният фонд представлява една експозиционна зала

с площ около 100-110 кв. м., с прилежащи към нея административни и фондови помещения. Всъщност сградата е съществувала още по времето, когато солниците са имали статут на резерват, и е служела за столова на работещите тогава солари. Съществена конструктивна промяна върху старото здание е направена най-вече на неговия покрив, за да може той да добие характерната визия на „солен склад“.

Експозиционната зала съдържа както характерни за солодобива експонати, така и богат снимков материал. Многобройните фотоси показват кадри от аспекти на технологичния процес на солодобива през различни времеви периоди. Представени са и реплики на някои автентични документи, даващи представа за административноправните взаимоотношения, регулиращи солодобива през вековете.

Изложени са предмети на солодобива, дарени от лични колекции на поморийски граждани. Централно място във фонда на музея заемат няколко жизненоважни за солодобива експоната, без които соларите не могли да вършат работата си: гребло за разстилане на солта с цел сушене, характерните дървени лопатки за изгребването ѝ – херофтя (от гр. χεῖρι – ръка и φτεῖάφυλλο – прибирам, букв. χεροφτία – за ръчно прибиране), дървена количка амаксопло (от гр. ἀμαξόπλο – кола, количка), наричана още анхиалска количка (тъй като в Бургаските солници в началото се е използвала подобна, но с по-малки размери количка, характерна за т. нар. фокенска техника за солодобив) и триножник – лавутистрия (от гр. λάβρα – горещина, жегата, зной), който служел за прехвърляне на солената вода от един солен тиган в друг, за да се изпари тя от жегата. Съхранен е и келево (от турски език) – съоръжение за прехвърляне на солената вода от по-ниско към по-високо място, действащо като механична помпа, която е била задвижвана от впрегнат кон (Skumov, 2019, pp. 39-40). Представен е и огромният дървен кантар, с който се е теглила в солта. От едната страна се слагали железни противотежести, а от другата – конопен чувал, който се пълнел със сол до достигането на около 50 кг. тегло.

Външната експозиция на музея представлява особен интерес най-вече през летния сезон – от края на месец юни до края на месец септември, когато бива демонстриран на практика старинният

анхиалски процес на солодобив, макар и само от един работник - солар.

Обособен е кът с удобни скамейки, където желаещите да се подложат на терапия с лиманна кал, загребана от самите солници, могат да отпочиват по време на процедурата. Служителите на музея шеговито разказват, че за съжаление не са в състояние да предложат най-желания от посетителите сувенир – прочутата лечебна поморийската лиманна кал. Веднъж отделена от находището си, за жалост тя много бързо – само след около едно денонощие губи своите лечебни свойства. За сметка на това през летния сезон самите солници на музея са достъпни безплатно за калолечение на открито и се превръщат в желана дестинация за хора на всякаква възраст.

Цялостния облик се допълва и от някои екстравагантни арт-предмети, тематично свързани със солта. Сувенирите, които предлага музея на своите посетители, също са само няколко вида, но за сметка на това с „автентичен произход“: малки красиви бурканчета, пълни със сол, добита в музейните солници, и луга като краен продукт на солодобива, както и гама от продукти, които се изработват от нея. Музеят работи в сътрудничество с фирмата „Black sea stars“, която е официален дистрибутор на лаборатория „Солеви системи и природни ресурси“ в Институт по обща и неорганична химия към Българска Академия на науките.

Издадени са рекламни брошури, които рекламират и визуализират дейността както на самия музей, така и на фирмата „Black sea stars“. Като видеоматериал на посетителите на Музея се предлага прожекция на филма „Солниците на Средиземноморието“, който е преведен на няколко западноевропейски езици, както и на руски език. Според служителите на Музея от създаването му досега той е посещаван по-често от български туристи, отколкото от чуждестранни. Средногодишно тук идват от 12 000 до около 14 000 посетители. Рекордна е била 2014 г. с 16 000 музейни гости. Посещаемостта се е задържала в тези граници до 2020 г., когато, поради пандемията от Covid 19, туристическият сектор, заедно с редица други, търпи сериозен срив.

При всички тези преимущества, Музеят заслужава много повече от сегашната си известност и статус, предвид факта, че още от древността именно солодобивът и солта са „емблемата“ на града. Според акад. Васил Гюзелев „самото название Анхиало, с което градът е известен през античността и средновековието, е от древногръцки произход и означава в превод „близо до солта“. Според същия автор названието му на прабългарски – Тутмос означавало същото като на гръцки (Giuzelev, 1981, p. 356).

За значението на солодобива тук говорят и бележки в документи от по-късно време. Така напр. в един венециански портулан от XIV в. е изрично отбелязано, че „Анхиало е град и добро пристанище и има солници“ (Giuzelev, 1981, p. 378). А в Статистическата таблица на Северна Румелия от 1830 г. Александър Дюгамел записва: „Главно перо от доходите на Ахиолу е добивът на сол от езерата около града. Ако лятото не е дъждовно, там се добива по 120-200 хиляди кила сол...“ (Diugamel, 1986, p. 147).

На първо място, би трябвало да се направят още много усилия за популяризирането на Музея на солта чрез туроператорските фирми и българските рекламни сайтове за туризъм. Сега неговата реклама и дигитално представяне са основно на сайта на Исторически музей – Поморие (Филиал музей на солта..., <http://pomorie-historical-museum.com/obekti-kam-muzeya/filial-muzey-na-solta.html>).

През ноември 2018 г. на проведена в Истамбул конференция на СOT и ЮНЕСКО българският министър на туризма Н. Ангелкова обяви, че предстои създаването на Постоянен консултативен съвет за дигитализация в туризма към оглавяваното от нея министерство, а в приветствието си по случай 27 септември, Международния ден на туризма, през 2018 г. тя заяви, че чрез дигитализирането на туризма „ще бъде затворен цикълът на туристическото обслужване чрез технологиите на бъдещето – от предлагането до споделянето на впечатленията за пътуване“.

Биха могли да бъдат експлоатирани възможностите на първата българска национална маркетингова интерактивна дигитална платформа, инициентирана от Министерството на туризма „I love Bulgaria“,

а също и да се подирят начини за включване на дигитализирана информация за Музея в „Програма 21 за култура „Обединени градове и местни власти“ (Култура, градове..., <https://www.eesc.europa.eu/>) и Програмата „Европейски градове на културата“, която презентира многообразието и уникалността на локални културни обекти на страните – членки на ЕС и на градове – автономни културни участници в глобалната история на Европа.

Сред прекрасните идеи, заложили в единия от проектите, е разходка с атракционен влакче на солта, придвижващо се по железопътна мрежа, но тя все още остава нереализирана. За сметка на това през лятото разходката на посетителите се прави със специален бус, но всеки ще се съгласи, че той далеч не е така атрактивен, колкото би бил жп-транспортът, с който, в края на краищата, почти през целия ХХ век се е транспортирала поморийската сол до голямото Бургаско пристанище. Впрочем повечето от старите бургазлии все още си спомнят дългото чакане на бариерата на околновръстното шосе при днешния стадион „Ефбет Арена“, когато е преминавало т.нар. „Поморийско влакче“.

Специалистите от музея и от Община Поморие биха могли да набележат и вече отработени в световен план менажерски стратегии за привличане на туристи и популяризиране на този уникален музей. Така например един от най-модерните механизми за „оживяване“ на културното наследство в Западна Европа и САЩ през последните две десетилетия, е извеждането на потребителите на това наследство от ролята им на пасивни зрители или консуматори и делегирането на възможности и права за директно участие в дигиталните библиотеки, музеи и фондове. Специалистите определят тази стратегия като „музей на участието“¹. Според една изследователка Институтът „Смитсоновиан“ в

¹ Според Саймън това е институция, която използва активното ангажиране като път към преживяванията на посетителите си, която създава кумулативно и променливо съдържание за показ, споделяне и комбинирание и която дава възможност за обсъждане на изложените предмети, за споделяне на различни истории и интерпретации. Тази институция е място, където хората са приканени да допринасят, сътрудничат, сътворяват и избират преживявания и съдържание в една съзнателно проектирана среда (Simon, 2010).

САЩ през 2002 г. създава свой посетителски дигитален архив (Kazalarska, 2018, p. 112), който не само може да бъде обглеждан, но и всеки потребител може да добави в него своя лична или семейна история, снимка или клип на предмет, свързан с родови, местни или национални спомени. По този начин се дава възможност на хората да правят едновременно нови форми на „своето“ културно наследство и на мислената като „своя“ история. А тази стратегия може да се окаже изключително продуктивна в един град със стари традиции като Поморие, където е все още жива културната памет на потомците на старите поморийски соларски фамилии. При правилен подход към тях, тези потомци биха били поласкани да „споделят“ своите веществени и невестествени спомени като елементи от своята родова идентичност (Radoynova, 2018, pp. 88-89).

Особено привлекателна може да се окаже в настоящите условия на повече или по-малко строги мерки за ограничаване на туристопотока в затворени помещения, наличието на открита част на Музея на солта. Тази част от Музея би могла да бъде използвана не само за статично обглеждане от туристите, но и да се анимира като атрактивно включване на посетителите в някои по-леки солодобивни дейности или терапевтични процедури, свързани с лечебните продукти на солодобива, още повече, че самата технология на добива е напълно щадяща природата и екологична (Skumov, 2009, pp. 45-47).

В обобщение може да се каже, че Музеят на солта в Поморие притежава всички основни дадености, за да се превърне в модерен обект, интерактивно интерпретиращ едно уникално културно-историческо наследство – традиционния анхиалски солодобив. За целта ще бъдат необходими, разбира се, средства, които една община като Поморие вероятно би могла да си позволи. Много по-важни ще бъдат обаче фигурите на музейните работници, които биха могли да възстановят и активират връзките между институцията и живите носители и транслатори на активна памет за този занаят, представлявал през хилядолетията гордостта на Анхиало/Поморие.



Фиг. 1: Дървени лопатки за изгребване на сол херофта и дървена количка амаксопло за превозване на солта. Авторски архив



Фиг. 2: Келево, за прехвърляне на солената вода от по-ниско към по-високо място. Авторски архив

ЕЛЕКТРОННИ ИЗТОЧНИЦИ

1. <https://seastarshop.bg/>, последно посетен на 06.03.2021 г.
2. <https://www.pomorie.bg/obshchina-pomorie/kmetove-na-obshтината/>, последно посетен на 05.03.2021 г.
3. <https://www.luga.bg/blog/%D0%BA%D0%B0%D0%BA%D0%B2%D0%BE-%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%83%D0%B2%D0%B0-%D0%BF%D0%BE%D0%BC%D0%BE%D1%80%D0%B8%D0%B9%D1%81%D0%BA%D0%B0%D1%82%D0%B0-%D0%BA%D0%B0%D0%BB/>, последно посетен на 06.03.2021 г.
4. <https://www.luga.bg/lye/>, последно посетен на 06.03.2021 г.

LITERATURE (ЛИТЕРАТУРА)

- Giuzelev, V., (1981).** Anhialo (in Bulgarian) – In: Balgarski srednovekovni gradove i kreposti. Volume 1 – Gradove i kreposti po Dunav i Cherno More, Varna, Bulgaria, G. Bakalov, pp. 356-382 / [Гюзелев, Васил. (1981). Анхиало. – В: Балгарски средновековни градове и крепости. Том 1 – Градове и крепости по Дунав и Черно море. Съст. Ал. Кузев, В. Гюзелев. Варна. Изд. Г. Бакалов, 356-382].
- Diugamel, A., (1986).** Statisticheska tablica na Sewerna Rumelia (in Bulgarian). In: Ruski patepisi za balgarskite zemi XVII-XIX. Sofia, Bulgaria, Otechestven front, 124-153 / [Дюгамел, Александър. (1986). Статистическа таблица на Северна Румелия. – В: Руски пътеписи за българските земи XVII-XIX в. София. Съст. М. Кожухарова. Изд. на Отечествения фронт, 124-153].
- Kazalarska, S., (2014).** Za една нова "Nova muzeologia" (in Bulgarian). In: Vij koi govori. Komunikacionni i interpretacionni modeli v muzeia. Sofia, Bulgaria. Prof. Marin Drinov, pp. 43-54 / [Казаларска, Светла. (2014). За една нова „Нова музеология“. – В: Виж кой говори. Комуникационни и интерпретационни модели в музея. София. Акад. изд. Проф. Марин Дринов, 43-54].

- Kazalarska, S., (2018).** Nova muzeologia i "Golemiat digitalen obrat" (in Bulgarian). In: Muzeini ekspozicii i standarti. Sofia, Bulgaria, pp. 105-120 / [Казаларска, Светла. (2018). Новата музеология и „Големият дигитален обрат“.- В: Музейни експозиции и стандарти. Доклади от конференция, организирана от Двустранната българо-американска комисия за опазване на културното наследство на България. София 28 -29 ноември 2016 г. Съст. и научно редакторство Т. Петев, А. Родел. София. Изд. Българо-американска комисия за образователен обмен „Фулбрайт“ и Фондация „Моят музей“, 105-120].
- Radoinova, D., (2018).** Digitalnata transformacia v predstavianeto na nacionalnata identichnost (in Bulgarian). In: Digitalnata transformacia v turizma. Sofia, Bulgaria, Avangard prima, pp. 74-104 / [Радойнова, Диана. (2018). Дигиталната трансформация в представянето на националната идентичност. – В: Дигиталната трансформация в туризма. София. Изд. Авангард прима. Съст. М. Рибов, 74-104].
- Skumov, M. (2009).** Za solta i solnicite – edin pogled kam Muzeia na solta v Pomorie (in Bulgarian). In: Moreto – granitza ili vrata. Chernomorski bregove i bezbrejia, Burgas, Bulgaria, Briag, pp. 45-48 / [Скумов, Милчо. (2009). За солта и солниците – един поглед към Музея на солта в Поморие. – В: Морето – граница или врата. Черноморски брегове и безбрежия. Бургас. Изд. Бряг, 45-48].
- Skumov, M., (2019).** Stari i malkoizvestni svedenia za solnicite v Pomorie (in Bulgarian). In: Moreto – granitza ili vrata. Ot mitovete i legendite za vodata do siniata ikonomika. Burgas, Bulgaria, Briag, pp. 37-40 / [Скумов, Милчо. (2019). Стари и малкоизвестни сведения за солниците в Поморие. – В: Морето – граница или врата. От митовете и легендите за водата до синята икономика. Бургас. Изд. Бряг, 37-40].
- Simon, Nina. (2010).** The Participatory Museum. Santa Cruz, CA: Museum 2.0.

ASEN GEORGIEV

asenpg@abv.bg

Center for support of personal development - Burgas, Bulgaria

AUTHOR` DATA WERE PUBLISHED ACCORDING GDPR RULES OF THE JOURNAL