

БЪЛГАРСКА АКАДЕМИЯ НА НАУКИТЕ  
ИНСТИТУТ ЗА ЕТНОЛОГИЯ И ФОЛКЛОРИСТИКА  
С ЕТНОГРАФСКИ МУЗЕЙ

# КУЛТУРНИ РЕСУРСИ, ВАЛОРИЗИРАНЕ НА НАСЛЕДСТВА И МЕСТНО РАЗВИТИЕ

## CULTURAL RESOURCES, HERITAGE VALORIZATION AND LOCAL DEVELOPMENT



СОФИЯ 2022  
ИЕФЕМ – БАН

Българска академия на науките / Bulgarian Academy of Sciences  
Институт за етнология и фолклористика с Етнографски музей / Institute of  
Ethnology and Folklore Studies with Ethnographic Museum

# Културни ресурси, валоризиране на наследства и местно развитие

## Cultural Resources, Heritage Valorization and Local Development

София 2022 / Sofia 2022  
ИЕФЕМ – БАН / IEFSEM – BAS

## Културни ресурси, Валоризиране на наследства и местно развитие Cultural Resources, Heritage Valorization and Local Development

Книгата е резултат от проект „Културни ресурси, Валоризиране на наследства и местно развитие“, финансиран от Фонд „Научни изследвания“ при Министерството на образованието и науката на Република България (ДН20/12 от 20.12.2017 г.)

The book is published under the project 'Cultural Resources, Heritage Valorization and Local Development', funded by the National Science Fund of the Ministry of Education and Science of the Republic of Bulgaria (under number ДН20/12, 20.12.2017)

Институт за етнология и фолклористика с  
Етнографски музей – Българска академия на науките  
Institute of Ethnology and Folklore Studies with  
Ethnographic Museum – Bulgarian Academy of Sciences



С финансовата подкрепа на Фонд „Научни изследвания“  
With the financial support of the National Science Fund



### **Съставители / Edited by**

Валентина Ганева-Райчева, Ирена Бокова, Николай Ненов  
Valentina Ganeva-Raycheva, Irena Bokova, Nikolay Nenov

### **Рецензенти / Reviewers**

доц. д-р Соня Алексиева, доц. д-р Анжел Янков  
Assoc. Prof. Sonya Aleksieva, PhD, Assoc. Prof. Angel Yankov, PhD

© Институт за етнология и фолклористика с Етнографски музей – Българска академия на науките, 2022  
© Institute of Ethnology and Folklore Studies with Ethnographic Museum – Bulgarian Academy of Sciences, 2022

© Ирена Бокова, Искрен Великов, Валентина Ганева-Райчева, Николай Ненов, Кристиан Постагжиян, Наталия Рашкова, Николай Сираков, Силвия Трифонова-Костадинова  
© Irena Bokova, Iskren Velikov, Valentina Ganeva-Raycheva, Nikolay Nenov, Christian Postagian, Natalia Rashkova, Nikolay Sirakov, Silvia Trifonova-Kostadinova

© Превод на английски език – Миглена Парашкевова  
© Translation from Bulgarian – Miglena Parashkevova

© Снимки на корицата / Cover photos  
Предмети от археологически разкопки от Сливенско (Сн. 1, 3). © РИМ – Сливен.  
Objects from archeological excavations from Sliven region (Pic. 1,3). © RMH – Sliven.  
Венец от билки на Еньовден, с. Малевево, област Смолян (Сн. 2). © А. Янков.  
Wreath of herbs on Midsummer's Day, Malevo village, Smolyan region (Pic. 2). © A. Yankov.

© Стоян Бунджулов, Мартин Стойчев – графичен дизайн и предпечат  
© Stoyan Bundjulov, Martin Stoychev – graphic design and prepress

**ISBN 978-954-8458-56-6**

## СЪДЪРЖАНИЕ / CONTENTS

Уводни думи .....	5
Introduction .....	5
Културните наследства – между познание, съпреживяване и местно развитие .....	7
Cultural Heritage: between Awareness, Co-experience and Local Development .....	7
Ирена Бокова / Irena Bokova	
Фолклорното наследство като локална културна ценност – осъзнаване, представяне, преживяване .....	43
Folklore Heritage as a Local Cultural Asset: Awareness, Presentation, Experience .....	43
Наталия Рашкова / Natalia Rashkova	
Бленуваният свят на траките .....	74
The World the Thracians Craved For .....	74
Николай Сираков / Nikolay Sirakov	
Образи на наследството и мотиви в музейни репрезентации в Сливен и Русе .....	104
Heritage Images and Patterns in the Museum Exhibitions in Sliven and Rousse .....	104
Николай Ненов / Nikolay Nenov	
Наследството на Средновековието: музеоложки прочит на археологическите обекти с осигурен туристически достъп в Русенско и Сливенско .....	131
The Heritage of the Middle Ages: Museological Interpretation of the Archaeological Sites Accessible to Tourists in the Regions of Rousse and Sliven .....	131
Искрен Великов / Iskren Velikov	

**Обучение в наследство: музейни помагала и образователни програми в регионалните исторически музеи в Русе и Сливен..... 145**

**Teaching Heritage: Museum Teaching Aids and Educational Programs in the Regional Museums of History in Rousse and Sliven..... 145**

Силвия Трифонова-Костадинова / Silvia Trifonova-Kostadinova

**Популяризиране на културното наследство чрез изграждане на активни взаимоотношения с целевите публики на музеите ..... 173**

**Building Active Relationships with Museum Target Audiences as a Tool to Promote Cultural Heritage..... 173**

Кристиан Постажиян / Christian Postagian

**Местни наследства – преосмисляне на културни ресурси ..... 203**

**Local Heritage: Re-appreciation of Cultural Resources..... 203**

Валентина Ганева-Райчева, Николай Ненов / Valentina Ganeva-Raycheva, Nikolay Nenov

## Уводни гуми

Книгата „Културни ресурси, валоризиране на наследства и местно развитие“ съдържа студии, резултат от научните изследвания в рамките на едноименния проект, финансиран от Фонд „Научни изследвания“ (ДН20/12 от 20.12.2017). Проектът се изпълнява от изследователски екип от Института за етнология и фолклористика с Етнографски музей при Българската академия на науките (базова организация), Нов български университет, Регионален исторически музей – Русе, Регионален исторически музей „Д-р Симеон Табаков“ – Сливен. Теренната работа е осъществена със съдействието на колегите от регионалните исторически музеи в гр. Русе и гр. Сливен, културни институти в градовете, като специализирани или общински музеи, читалища, представители на бизнеса, на местни и регионални власти, на неправителствения сектор, на заинтересовани страни, на участниците в процесите по трансформация и валоризиране на културни ресурси и локални наследства.

Проектът заложи на проучване на „гласовете“ на местни общности, на специалисти и заинтересовани страни, свързани с културни наследства по места и с тяхното ценностно преосмисляне и публично представяне в музеи, в места на памет, в дигиталното пространство. Интересът беше насочен към изследване на начини и практики по конструиране и експониране на наследства, съобразно спецификите на местата и спецификите на институциите на наследство – музеи, културни институти, нестопански организации и публично-частни партньорства. Изследването анализира възможностите за инструментализация на наследството за местно развитие с участието на музея като институция посредник и среда в общуването между различни социални актьори и проучи локални политики и практики за опазване, реконструиране и ценностно преосмисляне на културни наследства. Терените обхващат Русенска и Сливенска област, които имат сходни социокултурни характеристики и културно разнообразие, сходни

## Introduction

The book *Cultural Resources, Heritage Valorization and Local Development* is a collection of studies based on research work under the project of the same name funded by the National Science Fund (DN 20/12 of 20.12.2017). The project was implemented by a team of researchers from the Institute for Ethnology and Folklore Studies with Ethnographic Museum of the Bulgarian Academy of Sciences (the lead partner), the New Bulgarian University, the Rousse Regional Museum of History, and the Dr. Simeon Tabakov Sliven Regional Museum of History. The fieldwork was performed in collaboration with our colleagues from the regional museums of history in Rousse and Sliven, with cultural institutions in these cities such as specialised or municipal museums and community cultural centres; we received help from local businesses, from the local and the regional governments, the non-governmental sector, stakeholders, and from the participants in the processes of transforming and valorising cultural resources and local heritage.

The project leaned on studying the “voices” of the local communities, professionals and stakeholders related to the local cultural heritage, to reassessing its value and public presentation in museums, memory places or in the digital space. In the centre of research interest were above all the methods and practices used in constructing and exhibiting heritage in accordance with the characteristics of the places and the heritage institutions: museums, cultural institutes, non-profit organisations and public-private partnerships. The research analysed the possibilities to use heritage as a local development instrument, with the museum acting as an intermediary and a setting for the communication between different social actors, and also explored the local policies and practices in cultural heritage preservation, reconstruction and reassessment of its value. The fieldwork covered the regions of Rousse and Sliven as territories of similar socio-cultural characteristics and cultural diversity, similar regional development strategies, and different policies and practices in presenting the local heritage in the museum, as well as networks of participants, local and regional government representatives and stakeholders.

стратегии за регионално развитие, но различни политики и практики в представянето на местните наследства в музея, както и мрежи от участници, представители на местна и регионална власт и заинтересовани страни.

Предлаганата книга включва студици, които се допълват и представят познанието, резултат от теренната работа в Русенска и Сливенска област в периода 2017–2021 г. Едно от предизвикателствата пред екипа на проекта е работата през втория период в контекста на пандемията от COVID-19. Новата социална ситуация на физическа дистанция и ограничен достъп до публични пространства, редуващите се периоди на относително свободен достъп и забрана за събиране на хора и други рестрикции насочиха вниманието на екипа към дигиталната култура и виртуалното пространство като нова среда за общуване.

Студиите засягат няколко основни теми от изследването и отразяват съвременното състояние на наблюдаваните явления, както и тяхното възприемане от разнообразните участници. Културното наследство е анализирано в контекста му на инструмент за местно развитие, но и като елемент на международни, национални и регионални политики. Прояви на празничното са интерпретирани в сферата на промените в утвърдени и познати форми като събори и фестивали, но и със създаването на нови празници и събития с творческа насока, в разширяването на дейности, които обхващат и местните природни наследства и тяхната трансформация и интерпретация като местно наследство. Наследствата в музея и тяхното функциониране в дигитална среда за споделяне на знание, емоция и съпреживяване е нова насока на изучаване и анализ в рамките на проекта.

*От съставителите*

The book contains studies that complete one another in presenting the knowledge accumulated through the fieldwork in the regions of Rousse and Sliven in the time between 2017 and 2021. One of the challenges that the project team faced was the work in the second period in the COVID-19 pandemic context. The new social situation of physical distancing and limited access to public spaces, the alternating periods of relatively free access and prohibitions on people getting together, and other restrictions shifted the team's attention to the digital culture and the virtual space as a new communication environment.

The study articles cover a number of key research topics and reflect the existing state of the phenomena we worked on, and the way the different participants responded to them. Cultural heritage is analyzed in its context of a local development tool as well as in its role of an element of international, national and regional policies. Festivity manifestations are interpreted in the context of the changes in such established and familiar forms as fairs and festivals, but the interpretation also covers the emergence of new celebrations and events related to creative work, the expanding scope of activities that include the local natural heritage and its transformation and interpretation as local heritage. The heritage in the museum and its functioning as an agent of sharing knowledge, emotions and co-experience in the digital environment is a new trend to study and analyze in the framework of the project.

*The compilers*

## Културните наследства – между познание, съпреживяване и местно развитие

Ирена Бокова

**Резюме:** Текстът разглежда културните наследства като инструмент за изграждане на идентичности, който е вписан в международни политики за устойчиво развитие и отразява променящи се местни култури. Анализът е изграден върху резултати от теренни изследвания в областите Русе и Сливен в периода 2017–2021 и представя конкретни случаи по конструиране, припознаване или отхвърляне на културни наследства в диалог между разнообразни социални актьори. Представените случаи показват различна степен на припознаване на обектите като наследство от местните жители, изследователите и управленците по места, както и важната роля на местните общности в процесите по припознаване на наследствата и тяхното ценностно преосмисляне. Акцентът е насочен към културните наследства като важен елемент от познанията, свързани с определени места, тяхното преживяване, съпреживяване и инструментализиране за местно развитие от разнообразни социални актьори.

**Ключови думи:** културни наследства, музеи, туризъм, местно развитие

### Изследването – защо културни наследства

Културните наследства привличат вниманието на изследователи от различни научни направления, защото се оказват важен залог в създаването на образи на отъждествяване и оразличаване за разнообразни общности, в политическото говорене и изграждането на политики на национално, регионално и на международно равнище, в изработването на икономически програми и стратегии за устойчиво развитие, във вписването им в планове за местно развитие. Настоящият текст е резултат от продължителни изследвания, наблюдения и анализи на процеси по конструиране на наследства в локален и регионален план, на промените в техните политически употреби и превръщането им в инструмент за привличане към определени каузи и генериране на активна гражданска позиция, на разширяването на социалните актьори, които работят за тяхното

## Cultural Heritage: between Awareness, Co-experience and Local Development

Irena Bokova

**Summary:** This text dwells on cultural heritage as an identity building tool integrated in international sustainable development policies, and reflecting altering local cultures. The analysis is based on the results of field research in the regions of Rousse and Sliven in the time frame between 2017 and 2021; it presents specific cases of constructing, acknowledging or denying cultural heritage in a dialogue between a variety of social actors. The cases described here reveal different degrees of acknowledging sites as heritage by the local people, the researchers and the local governments, as well as the significant role the local communities play in the processes of heritage acknowledgement and the reassessment of heritage value. The spotlight is on cultural heritage as an essential element of the awareness of certain places, and the way they are experienced, co-experienced and used as local development tools by various social actors.

**Keywords:** cultural heritage, museums, tourism, local development

### The research: why cultural heritage

Cultural heritage attracts the interest of researchers in various domains of science because it seems to be a key asset used in creating images needed to either find identity between various communities or to mark their differences; in political speech and in building national, regional and international policies; in developing business programs and sustainable development strategies, and in becoming part of the local development agendas. This text is the fruit of time-consuming research work, observations and analyses of local and regional heritage construction processes; of the changes in its political use and its turning into an instrument to make certain causes attractive and to generate active citizenship; of the widening range of social actors contributing to the process of acknowledging it, reassessing its value and managing it. The spotlight is on cultural heritage as an essential element of the awareness of certain places, and the way they are experienced, co-expe-

припознаване, ценностно преосмисляне и управление. Акцентът е насочен към културните наследства като важен елемент от познанията, свързани с определени места, тяхното преживяване, съпреживяване или неприемане от разнообразни общности – жители, посетители, туристи, икономически активни групи, професионалисти от сферата на културата или любители с интерес към тях, както и към все по-ясно очертаващото се в България интерпретиране на наследствата като възможен инструмент за икономическо и социално развитие. В рамките на конкретен изследователски проект<sup>1</sup> тази проблематика беше изследвана в Русенска и Сливенска области съвместно с колеги от различни изследователски, образователни и културни институции. Настоящият текст синтезира и задълбочава резултати и от предходни теренни проучвания<sup>2</sup>, споделяни и обсъждани в научни и професионални среди, чийто дневен ред засяга наследствата.

Анализът прави опит да отграничи възможни равнища на интерпретация и инструментализиране на културните наследства от гледна точка на различните социални актьори. От една страна, това са проучвания и споделяно знание на автори със сериозен принос за изследване и познание върху наследствата в различни сфери на проявление и със сериозен научен принос, от друга страна, става дума за международни институции – ООН, ЮНЕСКО и др., които разработват стратегии и документи за припознаване на наследствата с особена важност за човечеството, които също са обект на изследвания. Между институциите със значимо въздействие върху процесите на конструиране на наследства се откроява музея с разнообразните форми на съществуване и изграждане на послания, насочени към многообразие от публики, но винаги съотнесени с конкретни наследства и територии. Доколкото и по какъв начин „гласовете на местните“ се вписват, биват интегрирани и стават значими

риenced or denied by a variety of communities: residents, visitors, tourists, business groups, professional or amateur cultural activists having interest in it and in the clearly growing trend of interpreting heritage as a possible business and social development tool in Bulgaria. These matters were covered in the framework of a research project<sup>1</sup> in the region of Rousse and Sliven performed in partnership with colleagues coming from various research, educational and cultural institutions. The present text consolidates and adds depth to the results of preceding field research efforts<sup>2</sup> shared and discussed in research and professional communities the agenda of which was related to heritage.

The analysis offers an attempt to make a differentiation between possible levels of cultural heritage interpretation and instrumentalisation from the perspectives of the various social actors. On the one hand, they are the research and the shared knowledge of authors who have a significant contribution to the research and the scientific information concerning heritage in various domains; on the other hand, it is about international institutions such as UN and UNESCO that develop strategies and documents concerning heritage of special significance for mankind that is also a matter of research. The institution of the museum with its diverse forms of existence and messages oriented to a multitude of audiences yet always linked to specific heritage and territories stands out among the institutions that have a significant impact on the heritage construction processes. The extent to which and the way in which the “local voices” are integrated, incorporated and become important in making the cultural diversity and the natural heritage of a region attractive is also a major research topic. Last but not least in the heritage construction processes and their relation to various lifestyles come the communities that acknowledge

<sup>1</sup> Текстът, както и част от цитираните авторски публикации, са разработени по проект „Културни ресурси, валоризиране на наследства и местно развитие“, финансиран от ФНИ, договор 20/12 от 2017 с ИЕФЕМ – БАН.

<sup>2</sup> Това са проекти, финансирани от Фонда за научни изследвания, Централния фонд за стратегическо развитие – НБУ, двустранни международни проекти, чиято цел засяга културните наследства и техните трансформации във времето.

<sup>1</sup> This text and some of the mentioned publications were written under the Cultural Resources, Heritage Valorization and Local Development project funded by the National Science Fund, Contract 20/12 of 2017 with IEFSEM – BAS.

<sup>2</sup> These are projects funded by the National Science Fund, NBU Central Fund for Strategic Development, and bilateral international projects the goals of which concern cultural heritage and its transformation in time..

за привличане към културното разнообразие на региона, в това число и природното наследство, също е важен изследователски въпрос. И не на последно място по важност за процесите на изграждане на наследства и тяхната обвързаност с разнообразни начини на живот се открояват общностите, които ги припознават, преживяват тяхното съществуване и ги трансформират съобразно настъпващите промени в културите в последните десетилетия.

### Културни наследства и начини на живот

За еволюцията на понятието „наследство“ и неговото съграждане в сферата на политическото има множество изследвания (Bortolotto 2011; Fabre 2013; Isnart 2016; Tornatore 2017; Tornatore 2019), които показват историчността на категорията и нейното разгръщане в контекста на международни, регионални и национални политики. Понятието „наследство“ обхваща целостта от природните блага или създадените от човека блага, без граници във времето и мястото (Desvallées 1995). То е резултат, продукт от интелектуално действие, променящо се във времето и свързано с развитието на научното познание. Особено то е, че тази ценност вече не е преживявана в рамките на социалното възпроизводство, а е узаконена чрез опазването, защитата на „следи, свидетелства, паметници“ (Fabre 1997: 64). В случая е важно да се отбележи, че става дума за минало време, за минало, което е вписано в настоящето, в нашето време на живеене. „Миналото“, което сме посочили и създали като важно за нас, става и се възприема като част от настоящето, то може да се съпреживява, да се управлява, да се развива.

Според Жан Давалон процесите по въвеждане в наследство имат за цел да създават връзка между членове на съвременното общество и другите – създателите на предметите, обредите, ритуалите. Ученият набляга на два основни факта при нейното конструиране. Първо, връзката е факт от нашата действителност, а не от тяхната, на назованите от нас предци. Второ, тази връзка е абстрактна на равнището на осъществяване на континуитета, непрекъснатост във времето. Продължителността във времето е символчна по своята същност, създадена е по повод предмета (Davallon 2000). Необходимо е да кажем, че подобно на „възстановената традиция“, разкъсването на

them, experience them and transform them in accordance with the changes happening in the cultures in the latest decades.

### Cultural heritage and lifestyles

There are numerous research works on the evolution of the term ‘heritage’ and its construction in the political domain (Bortolotto 2011; Fabre 2013; Isnart 2016; Tornatore 2017; Tornatore 2019), and they all reveal the historical meaning of this category and its implementation in the context of international, regional and national policies. The term ‘heritage’ embraces the natural setting and the resources or things created by man in their wholeness, without any boundaries in time and space (Desvallées 1995). It is an effect, a product of intellectual action changeable in time and related to the scientific knowledge development. What is specific about that valuable object is that it is no longer experienced in the social reproduction framework; instead, it is legalised through the preservation and protection of “traces, evidences, monuments” (Fabre 1997: 64). What is noteworthy in this case is that it is a question of something in the past, it is about past time integrated in today, in the time we live in. The “past” we have identified and created as something important for us turns into and is perceived as part of the present; it can be co-experienced, controlled and developed.

Jean Davallon believes that the inheritance processes are meant to build a link between the modern society members and the others, the ones who created the objects, the rituals, and the rites. The researcher highlights two main facts related to constructing such link. First, the link is a fact of our reality, not of the reality of those who we call ancestors. Second, that link is abstract at the level of achieving continuity, permanence in time. Continuity in time is symbolical in its nature; it is created because of the object (Davallon 2000). We have to say that, like with “the revived tradition”, continuity interruption ensures a “choice” of predecessors, of ancestors. But the process of creating a “retro-produced generation” (Pouillon) entails social inheritance and succession. All those are cultural constructions, while the processes of transforming the material world,

континуитета осигурява „избор“ на предшественици, на предци. Но този процес на *създаване* на „поколение в обратна посока“ (Пуйон) *въвежда* в социално наследство и наследяване. Това са културни конструкции, а процесите по превръщане в наследство на предметен свят, знания, умения, хранителни практики и др., са в основата на създаване на специфични връзки между хората във времето, както и с обитаваната територия. Новото в мисленето за наследството (Davallon 2003) е в перспективата на преодоляване на идеите и практиките за миналото като „запазване на следи“ или „все още съществуващи“ елементи с ценност вътре в себе си. Вниманието е насочено към процес на избор от страна на човешка общност на минало/традиция, неговото разработване като ресурс с идея за предаване на това важно събитие, културна практика, знание на бъдещите поколения (Micoud 1996).

Днес чрез наследството създаваме разказ кои сме и кое е важното за нас (Fabre 2006; Fabre 2010; Tornatore 2011), затова и „епохата на културното наследство“ се разглежда като период на демократизация, която променя акцентите при избор и предпочитание на наследство. В периода на създаване на модерните държави вниманието е насочено към историческо наследство и съответно отпраща към идеята за нация. Днес на преден план е инструментализацията на етноложкото наследство и неговата връзка с разбирането за културите като начини на живот. Затова и тази категория може да обхване всичко, което би представлявало значение за местните общности, насочва към конкретно място и конкретна общност, залага върху ценността на културните различия и тяхното многообразие.

В последните десетилетия на ХХ в. наследствата се разширяват като обхват и засягат и взаимодействието на човека с природата. Въвежда се нова конструкция – „културен пейзаж“, част от сферата на политическото. Целта е да се придат значение на отношението на човека и общностите с природата и на резултатите от това взаимодействие, били те видими или невидими. Ценността на пейзажа за общностите и човечеството се съизмерва с културното и с биологичното многообразие като задължително условие за опазване на начините на живот<sup>3</sup>. В този контекст културно

awareness, skill-based knowledge, food practices, etc. into heritage are at the fundament of creating specific connections between people in time, and also between people and the territory they inhabit. The new trend in thinking about heritage (Davallon 2003) is in the prospect of going beyond the ideas and practices concerning the past as “preserving traces” or “still existing” elements of inner value. The attention is focused on the process of a choice of a past/tradition a human community makes, and its development into a resource meant to transfer the important event, cultural practice or knowledge to the future generations (Micoud 1996).

We use heritage today to build a story of who we are and what matters to us (Fabre 2006; Fabre 2010; Tornatore 2011); that is the reason why “the era of cultural heritage” is seen as a period of democratisation that shifts the highlight when choosing and showing preferences concerning heritage. In the period when the modern states were getting born, there was a strong focus on historical heritage that was naturally followed by the idea about a nation. What is in the limelight today is the conversion of ethnological heritage into an instrument, and the relation of that heritage to the concept of cultures as lifestyles. That is the reason why that category can embrace everything that could be important for the local communities; it guides to a specific place and a specific community, and counts on the value of cultural differences and their diversity.

In the last decades of the 20th century, the scope of heritage was enlarged and included the interaction between man and nature. The new construction of “cultural landscape” was introduced as part of the political domain. The purpose is to underline the significance of the relation of man and communities with Nature and the effects of that interaction, be they visible or invisible. The value of the landscape for communities and mankind is comparable to the cultural and biological diversity as *sine qua non* of lifestyle preservation<sup>3</sup>. In this context, the cultural

<sup>3</sup> *About the tension between natural heritage and cultural heritage as political tools see: Davallon 2019; Cameron & Herrmann 2014; Tardy and Rautenberg 2013; Mitchell, Rössler, Tricaud 2011. One of the reasons is that the concept steps on the differentiation between nature and culture in the “European tradition” context: Descolla 2015.*

<sup>3</sup> *За напрежението между природно наследство и културно*

ният пейзаж се превръща в част от културното наследство и започва да функционира също като инструмент за управление и развитие на местно, регионално или национално ниво.

### „Съкровищница“ и „нематериална ценност“ (ЮНЕСКО)

Превръщането на традиционните култури в културни наследства и тяхната естетизация е пряко свързано със западната модернизация (Babadzan 2001). Наследствата според документи на ЮНЕСКО представляват съкровищница от умения, практики, репрезентации, които биват обвързани с представите за „народни“, „традиционни“, „етнически“ специфики. В продължение на последните десетилетия вниманието се премества от материалните наследства като видими, съществуващи във времето и в пространството, през нематериалните, наричани още живи наследства – пресъздаващи важното в конкретен момент и пространство, към общностите като носители на знания, умения и предаващи ценности във времето.

Вниманието към нематериалното наследство в международен план се поражда от Япония и се възприема бързо, тъй като живите наследства са особено важни и за държавите от Латинска Америка и други региони. Затова идеите за валоризиране на знания и умения, които се случват тук и сега, срещат огромна подкрепа. Две номинации – „Живи човешки съкровища“ (1996), което има и своята българска нормативна уредба, и „Шедьоври на устното и нематериалното наследство на човечеството“ (1997), припознават традиционни и съвременни култури с еднаква ценност наред с исторически паметници, архитектурни и др. Произнесеното слово, изпълнените песни или инструментално изпълнение стават обект на международни политики наред със съграденото с камък, дърво или друг материал.

Делението материално – нематериално културно наследство е относително и презизвика задълбочени критики от антрополози и социолози (Bortolotto 2011; Coussin 2019; Бокова 2021В). На пре-

---

*наследство като политически инструментариум виж: Davallon 2019; Cameron & Herrmann 2014; Tardy and Rautenberg 2013; Mitchell, Rössler, Tricaud 2011. Една от причините е изграждането на концепцията въз основа на отграничаването на природата и култура в контекста на „европейска традиция“: Descolla 2015.*

landscape becomes part of the cultural heritage and also starts functioning as a management and development tool on the local, regional or national level.

### “Treasure” and “intangible heritage” (UNESCO)

The transformation of traditional cultures into cultural heritage and its aestheticization have a direct link to the western modernisation (Babadzan 2001). As defined in UNESCO documents, heritage is a *treasure* of skills, practices and representations related to the concepts of “popular”, “traditional” or “ethnic” characteristics. In the recent decades, the focus has been changed from the material heritage as visible, existing in time and space, to the intangible, also called ‘living heritage’ recreating what is important at a certain moment in a certain space, to the communities as bearers of knowledge and skills, and as transmitting values through time.

On the international stage, the attention to intangible heritage was born in Japan and was quickly embraced, because living heritage has a special importance for Latin American countries and for other regions. Therefore, the concepts of valorising knowledge and skills occurring here and now enjoy enormous support. Two nominations: ‘Living Human Heritage’ (1996), which has its Bulgarian regulations, and ‘Masterpieces of the Oral and Intangible Heritage of Humanity’ (1997), recognise traditional and modern cultures as being as valuable as historical, architectural and other monuments. The spoken words, the performed songs and the played instrumental music have become a matter of international policies alongside artefacts of stone, wood or any other material.

The differentiation between tangible and intangible cultural heritage is provisional and is heavily criticised by anthropologists and sociologists (Bortolotto 2011; Coussin 2019; Бокова 2021В). It is noteworthy that it is used as a political instrument to support cultural diversity, or culture in its anthropological meaning of lifestyles. That diverts the attention on results in their visible form and attributes value to cultural knowledge and experience forms that are “invisible”. They do not belong to the formal educa-

ден план излиза неговата употреба като политически инструмент за подкрепа на културното разнообразие, на културата в нейното антропологично разбиране като начини на живот. Това измества вниманието от резултатите в тяхната материална форма и придава ценност на познание и форми на преживяване на културата, които са „невидими“, не са част от формална образователна система, но са важни за поддържане и споделяне на образи, представи, символни светове, важни за разнообразни човешки общности. „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“ е записано в Конвенцията от 2003. Това е резултат от въвеждането на особена ценност на „нематериалното наследство“ и процесите по създаване на артефакти или артефактите като резултат от дейности, във висока степен изпълнителски, като следа от процес на изработка и отразяване на познание и знание-умение.

Научното познание за местата, от една страна, и от друга, местното знание, което носи емоция, оценка и е символно натоварено, са посредници за раздвижване на територията, те са в основата на откриване и създаване на местните наследства, на културния пейзаж. Културните пейзажи<sup>4</sup> се превръщат в разказ, събитие и като резултат в маршрут или в маршрути за местните и гостите на селището. Това е инструмент на припознаване на културите – традиционни и съвременни, еднакво ценни наред с историческите паметници, с историческите забележителности, с местата на памет. Специфичното за културния пейзаж е съчетаване-

tional system; nevertheless, they have an important role in keeping and sharing images, ideas, symbolic worlds that are significant for various human communities. *'This intangible cultural heritage, transmitted from generation to generation, is constantly recreated by communities and groups in response to their environment, their interaction with nature and their history, and provides them with a sense of identity and continuity, thus promoting respect for cultural diversity and human creativity.'*, the 2003 Convention says. That is the effect of introducing the special value of *intangible heritage* and the artefact-creating processes or the artefacts per se as the result of activities that are to a large degree performing activities, and as a trace of a process of producing and manifesting awareness and skill-related knowledge.

The scientific knowledge of the places on the one hand, and on the other hand, the local knowledge loaded with emotion, appreciation and symbolical meaning, are the agents of changes on the territory; they are at the basis of finding and creating local heritage and cultural landscape. The cultural landscapes<sup>4</sup> become a story, an event the effect of which is a new route or new routes for the local people and the guests of the village. That serves as a tool to recognize cultures, regardless of whether traditional or modern, as equally valuable along with the historical monuments and sites, and with the memory places. The special thing about cultural landscapes is the mix of tangible and intangible elements, of physically existing places and their characteristics, and also of beliefs, knowledge, emotions related to the physical reality. That is an existing reality, yet to construct it into a landscape, it is necessary to have a special training in culture, special perceptions and values that transform reality into a landscape (Salin 2018). The landscape as cultural heritage is certainly connected to the particular place, but it is also con-

<sup>4</sup> Няколко примера за пейзажа като инструмент: Европейската конвенция за пейзажа дава следното определение „част от територия, такава, каквато се възприема от населението и чиито характеристики са резултат от въздействие на природни фактори и/или човешки и от техните взаимодействия“ (Флоренция 2000); за културния пейзаж като световно културно наследство виж: Mitchell, N., Rössler, M., Tricaud, P.-M. 2011; за предизвикателствата между политическия инструмент културен пейзаж и реалните ситуации виж: Cameron, Herrmann 2014.

<sup>4</sup> Some examples of landscape as a tool: The European Landscape Convention gives the following definition: 'The landscape is part of the land, as perceived by local people or visitors, which evolves through time as a result of being acted upon by natural forces and human beings.' (Florence 2000); about cultural landscape as world cultural heritage see: Mitchell, N., Rössler, M., Tricaud, P.-M. 2011; about the challenges before the political instrument of cultural landscape and the actual situations see: Cameron, Herrmann 2014.

то на материални и нематериални елементи, на физически съществуващи места и техни характеристики, но и на представи, знания, емоции, които се отнасят до физическата действителност. Това е реалност, която съществува, но нейното конструиране в пейзаж изисква специфично обучение в култура, специфични възприятия и ценности, които превръщат реалността в пейзаж (Salin 2018). Пейзажът като културно наследство е свързан със съответното място, но и с репрезентациите на мястото (Davallon 2019), което усилва връзките на традициите с мястото и обратното.

### Устойчиво развитие – туризъм и творчески индустрии

В продължение на години ЮНЕСКО набляга на връзката на Списъка на световното и природното културно наследство като места с идеята за разгръщането на туризма (Prigent 2011), с взаимното усилване и влияние помежду им. Мястото играе ролята на гарант за обекта на културно наследство, но наследството усилва символната сила на територията, независимо дали става дума за местни продукти (Bérard, Marchenay 2000) или за наследства в широк спектър (Micoud 1996; Micoud 2004). Оттук се поражда и „топлата връзка“, според редица изследователи, с туризма, с местата на съществуване на наследствата. Опазването на наследствата и развитието на туризма вървят ръка за ръка и се проектират в контекста на местното развитие или в глобален план в идеите за устойчиво развитие. Глобалното в случая се изразява чрез местни прояви и усилва звученето на местното. Изследванията показват обаче, прякото и непрякото влияние, както и нееднозначното въздействие на развитието на културни наследства върху качеството на живот по места. Това може да се отрази по негативен начин върху цените на услугите, пазара на недвижими имоти, пространственото пререструктуриране на селищата и като цяло да оказва въздействие върху образите на мястото (Saidi 2010; Delaplace, Schut, Baron 2020).

Специфичната антропологична гледна точка към туризма засяга „изследване и управление на групостта“<sup>5</sup>. Самият туризъм се разглежда като сфе-

nected to the representations of the place (Davallon 2019), which strengthens the links of the traditions to the place and vice versa.

### Sustainable development: tourism and creative industries

For many years, UNESCO has been highlighting the link between the World Heritage List as sites and the idea to promote tourism (Prigent 2011), with mutual strengthening and interaction between them. The place functions as a pledge for the cultural heritage site, but the heritage in return augments the strength of the territory as a symbol regardless of whether it is about local products (Bérard, Marchenay 2000) or about a wide range of heritage (Micoud 1996; Micoud 2004). Heritage preservation and tourism development go hand in hand; they have their place in the local development context, or in the sustainable development ideas in the global aspect. The global in this case finds its manifestations in local events or in strengthening the voice of the local. Some research works, however, reveal the direct and indirect impact as well as the ambiguous effect cultural heritage development has on the local quality of life. It may have a negative impact on service prices, on the real estate market, the urban restructuring, and may have a multi-sided influence on the images of the place (Saidi 2010; Delaplace, Schut, Baron 2020).

The specific anthropological perspective to tourism concerns ‘research and management of otherness’<sup>5</sup>. Tourism as such is regarded as a place, as an environment for meetings between “locals and guests”, with all the conditionality of such a differentiation. In the image of the tourist, on the other hand, we can see to the largest degree the figure of the mobile man, the emanation of the modern world (Augé 1997; Augé, Colley 2009). Tourism is a vehicle to sustain values, and to transform the public image of a specific place or region.

The local development is planned in combination with tourist and non-tourist service diversifi-

<sup>5</sup> Цитираната гледна точка също виж: Augé 1997; Coussin, Archain 2016 (както и анализ на етноложките изследвания за туризма); Coussin 2008.

<sup>5</sup> For the quoted perspective see also: Augé 1997; Coussin, Archain 2016 (as well as analysis of the ethnological research in tourism); Coussin 2008.

ра, среда на срещи между „местни и гости“, с цялата условност на това деление, а в образа на туриста се открива в най-висока степен фигура на мобилния човек, еманация на съвременния свят (Augé 1997; Augé, Colleyn 2009). Туризмът е инструмент за поддръжка на ценности, за промяна на публичните образи на конкретно място или регион. Затова и местното развитие се мисли и с диверсификация на туристически и нетуристически услуги.

Вниманието е насочено към креативните и културните индустрии. Не само в Програма 2030 на ООН, но във всички документи, които определят културите като ресурс за устойчиво развитие, се виждат затрудненията при ползване на икономически термини като „капитал“, „стока“, юридически термини и други с икономическа стойност при интерпретиране на наследствата (Benhamou 2010). Културните наследства – част от идеите за устойчиво развитие, се появяват като политическо решение за страните от т. нар. Трети свят още от 60-те години на XX в. с участието на ООН и Световната банка. Редица публикации от последните години посочват значението на „локалните отговори“ на социалните актьори във всеки конкретен случай. Това е важен подход и при анализ на процесите по превръщане на културна практика или обект в наследство (Michaud 2001: 27). Локалното устойчиво развитие в случая се схваща като привличане на посетители/туристи на места с обекти наследство, предлагане на изпълнителски специфични умения, припознати като изключителна ценност за човечеството (ЮНЕСКО). В същата логика се развива идеята за културен туризъм след Конференцията на ООН в Рио (1992); Световната организация за туризъм (1995) с апел за устойчив туризъм с нови туристически ниши като лукс туризъм, екотуризъм, туризъм на благосъстоянието (Mitchell, Russler, Tricaud 2011; Бокова 2021б).

Опитите да се анализират и да се инструментализират обектите на културното наследство като символен ресурс и като икономически ресурс водят до прилагане на множество гледни точки. Затова се обръща внимание на тяхната функция като икономически, символен и религиозен капитал, или на ролята им в процесите по идентификация на групи, общности и територии, в появата им в различни дискурси – официални или скрити (Bondaz, Isnart, Leblon 2012; Tornatore 2011). Въвеждането в културно наследство или акцентирането

на културното наследство е част от инструментализацията. The focus falls on the creative and cultural industries. The difficulties in using economic terms such as ‘capital’ and ‘goods’, legal terminology and other economy-related terms when interpreting heritage can be seen not only in the UN Agenda 2030, but also in all documents defining culture as a sustainable development resource (Benhamou 2010). The cultural heritage as part of the sustainable development ideas appeared as a political solution for the so-called Third World countries as early as the 1960s, with the participation of UN and the World Bank. Numerous publications in the recent years point the significance of the “local answer” of the social actors in each particular case. That method is important in analysing the processes of a cultural practice or site being transformed into heritage (Michaud 2001: 27). The local sustainable development in this case is seen as attracting visitors/tourists to places of cultural heritage sites, or offering specific performing skills recognized as an exceptional treasure for humanity (UNESCO). The same logic is followed by the concept of cultural tourism after the UN Conference in Rio (1992) and the World Tourism Conference (1995), with an appeal to pursue sustainable tourism with new tourism niches such as luxury tourism, ecotourism, and wellness tourism (Mitchell, Russler, Tricaud 2011; Бокова 2021б).

The attempts to analyse and instrumentalise cultural heritage sites as a symbolic resource as well as a business resource have resulted in the use of numerous perspectives. That is the reason for the attention to their functioning as a business, symbolic and religious capital and to their role in the identification processes concerning groups, communities and territories, as well as for their presence in various discourses which can be official or hidden (Bondaz, Isnart, Leblon 2012; Tornatore 2011). Cultural inheritance or focusing on a site, phenomenon or event in its capacity of cultural heritage is related to many aspects. It is about the actual sites, phenomena, events and so on that are identified as significant and mattering much to a group of people, about the very “talk” about them, about the participation of individual groups, communities and stakeholders in the talk or in recognising or denying their values.

Върху обект, явление, събитие като културно наследство засяга множество аспекти. Става дума за самите обекти, явления, събития и др., които са посочени като важни и значими за група хора, за самото „говорене“ за тях, за участието на отделни групи, общности, заинтересовани страни в говоренето или в тяхното припознаване или откриване като ценни.

Става дума за нови форми на туризъм, за свързване на познанието с емоцията, за преживяване и съпреживяване на местата за посещение. Видимо е преплитането на цитираните процеси с територията, на територията с културните наследства и тяхното взаимно изразяване и усилване на символно и на икономическо ниво, в социалните репрезентации и в публичните послания. Наблюдават се политики по места за включване на жителите в дълготрайно активно участие в развитие и потребяване на културни наследства (Klein, Tremblay, Sauvage, Angulo, Ghaffari 2020), а това е и начин за възприемането и мисленето им като културен капитал<sup>6</sup>. Концепцията за творчество/креативност се ражда в контекста на идеите за икономика на знанието и с акцент върху информационните технологии и представлява втората посока на извеждане на културните наследства като икономически ресурс по места. Културните<sup>7</sup> и креативните индустрии отразяват нова среда на производство, разпространение и потребление на продукти (Bouquillon 2010).

Творческите индустрии (Perticoz 2012; Verdugo 2017) като двигател на устойчиво развитие засягат начини на живот в града като среда за живеене (De Saint-Pierre 2014: 1–13). Особено внимание в подобни програми се обръща на културните наследства не само като сфера на творчество и иновация (Patrimoine culturel 2018), но и на тяхната значимост в процесите по конструиране на идентичности, образи на отъждествяване и оразличаване

<sup>6</sup> Промяната в образите на града (селището) въз основа на културния капитал – наследствата, вследствие на икономически и политически трансформация, както и на ценностното им преосмисляне с анализ на случаи виж: Сантова 2001; Сантова 2001a; Бокова 2007; Ненов 2017 („Ленин и рибарите“, антропологичен филм, РИМ – Русе и „Арена медия“, Русе, по проект „Културни ресурси, валоризиране на наследства и местно развитие“, ДН 20/12 – 2017 – <https://www.youtube.com/watch?v=GHaVbH1d5dM> и др.

<sup>7</sup> Измежду многото публикации в теоретичен и в исторически план виж: Morin 1961; Voirol 2011.

It is about new forms of tourism, about relating awareness to emotion, about experiencing and co-experiencing sites. There is visible interlinking of the earlier mentioned processes with the territory, of the territory with the cultural heritage and their mutual expression and strengthening at the symbolic and economic level, in social representations and in public messages. There are local policies of engaging the population in long-term active involvement in cultural heritage development and use (Klein, Tremblay, Sauvage, Angulo, Ghaffari 2020), and that is, on the other hand, a way to perceive them and think of them as cultural capital<sup>6</sup>. The creativity concept was born in the context of the knowledge economy concept, with a focus on the information technologies, and it is the second trend in the process of turning cultural heritage into a local business resource. Cultural<sup>7</sup> and creative industries reveal a new environment for product manufacturing, distribution and use (Bouquillon 2010).

The creative industries (Perticoz 2012; Verdugo 2017) are a sustainable development vehicle introducing changes to lifestyles in towns as a living environment (De Saint-Pierre 2014: 1–13). Such programs pay a special attention to the cultural heritage not only as a creativity and innovation domain (Patrimoine culturel 2018), but also to the processes of constructing identities, images of identification and differentiation pertaining to various social actors. Here a key role is assigned to the citizens, the local population, the stakeholders, the local and regional authorities...<sup>8</sup>. The creative industries have a high level of significance because they are services as well

<sup>6</sup> *The changed images of the town (the village) based on the cultural capital of heritages as a result of economic and political transformation and the re-evaluation with case analyses, see Сантова 1994; Сантова 2000; Сантова 2001; Бокова 2007; Н. Ненов – „Ленин и рибарите“, антропологичен филм, (РИМ – Русе и „Арена медия“, Русе) – „Културни ресурси, валоризиране на наследства и местно развитие“, ДН 20/12 – 2017 <https://www.youtube.com/watch?v=GHaVbH1d5dM>, etc..*

<sup>7</sup> Among the numerous theoretical and historical publications see Morin 1961; Voirol 2011.

<sup>8</sup> In the context of national specifics, e.g. Germany and design development see: Попов, 2016; in the cultural sector domain, e.g. haute couture see: Pecot, Dominique, De Barnier 2017; Савова 2022; Савова 2022a.

за разнообразни социални актьори. Тук се залага на включването на жителите, гражданите, заинтересованите страни, местни и регионални власти...<sup>8</sup>. Творческите индустрии имат висок залог, защото са услуги и обмен на културни блага, на символни блага. А културните блага, символните блага са с особена значимост за образите на обитаваните места, на местата за живеене. Затова те се превръщат и стават част от процеси по изграждане на образи / марка на съответното място.

Заради ценността на съществуването, от една страна, а от друга – ценността на използването на културното наследство, се стига до различни тенденции в неговото управление. Привличането на местните общности към наследство, което да бъде припознато от тях, гарантира разширяване на достъпа до култура, но това означава наследството да се разглежда като важен елемент от изграждане на идентичността на местните. Друга логика на управление на наследството изисква неговото предлагане на пазара, превръщането му в пазарен продукт, в стока, която има икономически ефект и предполагаем социален позитивен ефект върху местното развитие. Втората тенденция много често се мисли като необходим залог за развитие на наследствата, които изискват нарастващ ресурс за съхранение, опазване и развитие. Тези две тенденции много често влизат в противоречие или различни социални актьори проектират противоположни идеи за управлението и развитието на локалните наследства<sup>9</sup>.

### Наследствата – възприемани, споделяни, оспорвани

Един възможен прочит на промяната на публичните образи на места и региони, от една страна, а от друга, на тяхното припознаване, ценностно преосмисляне или неприемане показват проектите за местно развитие, както и музейните разкази, резултат от изследователски и експозицион-

<sup>8</sup> В контекста на национални специфики, например Германия и развитието на дизайна виж: Попов, 2016; в сферата на културните сектори, например висша мода виж: Resot, Dominiqne, De Barnier 2017; Савова 2022; Савова 2022а.

<sup>9</sup> Повече за относителното противодействие на двете логика виж: Bouquillon 2012; Fragoni 2013; Prigeant 2011, de Clippele 2018; Barrère, Hédouin 2014 (цитираните автори правят анализ на основни текстове и представят тези в контекста на икономически и политически идеи).

as sharing of cultural products, symbolic products. Cultural products and symbolic products are certainly important for the images of the inhabited places, the places where people live. That is why they are transformed and become part of the processes of building images/brands of the place.

Because of the value of its existence on the one hand, and the value of using cultural heritage on the other hand, there are different trends concerning its management. The engagement of the local communities with heritage that they recognise ensures a wider access to culture, which means that heritage should be regarded as an essential element of the process of constructing the local identity. Another heritage management logic suggests that it should be offered on the market; it should become a marketed product, a kind of merchandise yielding business results and a supposed positive social effect on the local development. The second model is often seen as a heritage development prerequisite because heritage demands on growing resources needed for its preservation, safeguarding and development. These two trends often lead to contradictions, or sometimes different social actors may envisage contrary ideas of local heritage management and development<sup>9</sup>.

### Heritage: recognized, shared, questioned

A possible interpretation of the changed public images of sites and regions on the one hand, and on the other hand, their recognition, re-evaluation or rejection is what can be seen in the local development projects and in the museum narratives arising from research and exhibition projects. Projects reveal the way we see places and the social representations related to them (Davallon 2019). For example, the creation of a cross-border cultural tourism zone along the Bulgaria-Romania border involving collaboration on projects developed by the municipalities on the Danube has its meaning in *interpreting the heritage in Rouse region* and the neighbouring municipalities as “Danubian territory”<sup>10</sup>. The implemented cross-bor-

<sup>9</sup> More about the relative counteraction of the two types of logic see: Bouquillon 2012; Fragoni 2013; Prigeant 2011, de Clippele 2018; Barrère, Hédouin 2014 (the authors mentioned here analyse main texts and present ideas in the context of economic and political ideas).

<sup>10</sup> Due to the pandemic situation, the project implementation

ни проекти. Проектите разкриват как виждаме местата, както и свързаните с тях социални репрезентации (Davallon 2019). Например, създаването на трансгранична зона за културен туризъм по границата между България и Румъния със сътрудничество по проекти, разработвани от крайдунавски общини, има значение при интерпретиране на наследствата в област Русе и съседните общини като „крайдунавска територия“<sup>10</sup>. Осъществени те проекти за трансгранично сътрудничество засягат съществуващи ресурси или развиват познати културни наследства като защитени зони - Делтата на Дунав в Румъния и езерото Сребърна в България, част от световното природно и културно наследство на ЮНЕСКО. Част от проектите залагат на описание на места<sup>11</sup>, които вече привличат вниманието на посетители, други обхващат археологически проучвания и фолклорни прояви, разработени съвместно от съседни общини от България и Румъния<sup>12</sup>.

Трети се насочват към историческото развитие на селищата по поречието като Тутракан и създаденият Дигитален център за културното наследство в Общински исторически музей – Тутракан. Нова перспектива е свързването на важни места в трансграничния регион, които показват общото в региона и надскачат ограниченията на административните територии – проект за интерактивна визуализация на древноримското културно наследство. Проектът „Картиране и популяризиране на Рибарска област „Главиница–Тутра-

<sup>10</sup> Поради специфичната ситуация на обявената епидемичната обстановка, работата по проекта претърпя промени и затова резултатите от събеседванията и наблюденията, свързани с проектна дейност в Сливенския регион са обговорени в последната част на статията. В текста се представят резултати от няколко последователни във времето изследвания в Русе и областта.

<sup>11</sup> „Традиция, Оригиналност, Уникалност и Богатство за Иновативна Стратегия за Развитие на Туризма в Черноморския регион“ – TOURIST, който обхваща областите Добрич (България), Констанца (Румъния) и община Негрѝ (Молдова) – <http://eurekainstitute.eu/tourist/bg> (28.08.2016).

<sup>12</sup> Част от проектите: „Защитеното природно наследство на трансграничния регион във фокуса на туристическото предлагане – туристически маршрут“; „Средства за културен туризъм в България и Румъния - древна история и фолклор; „Представяне на България като дестинация за уикенд в Букурещ“; „Трансгранична дестинация за културен туризъм Истър-Понтика - ISTRO-PONTIC“; „Културен туризъм в България“ и др.

der projects are related to existing resources or develop familiar cultural heritage places as protected areas like The Danube Delta in Romania and Srebarna Lake in Bulgaria, that are on the UNESCO World Heritage List. Some of the projects step on descriptions of places<sup>11</sup> that have already attracted visitors' attention; others cover archaeological research and folklore events developed jointly by neighbouring Bulgarian and Romanian municipalities<sup>12</sup>.

Other projects deal with the historical development of the towns and villages along the Danube, such as Tutrakan and the Digital Centre for Cultural Heritage in the Municipal Museum of History in Tutrakan. A new trend is to connect important places in the cross-border region that reveal the common heritage in the region and go beyond the administrative territory constraints, like the project for interactive visualisation of the ancient Roman cultural heritage. The project 'Mapping and Promoting the Glavinitsa-Tutrakan-Slivo Pole Fishing Area as a Tourist Destination' is focused on fishing tourism. The tradition of building boats is still alive in this region, while water mills have become a memory seen on photographs and in stories... Neighbourhood, actual or imaginary, thinks about spaces in a different way and creates new territorial units. The historical experience in saturating a territory with life, and also cultures as lifestyles, offer symbolic resources that can be utilised so that they turn into part of the consumer culture by offering "authentic" brand products.

The examples indicate thinking about cultures and people, cultures and territories, people and territories and their dynamic interconnection without

had to be amended; therefore, the results of the interviews and observations related to the project activities in Sliven region are discussed in the last section of the article. The text presents the results of a number of successive research efforts in Rouse and its region.

<sup>11</sup> 'Tradition, Originality, Uniqueness and Riches Innovative Strategy for Tourism Development in the Black Sea region (TOURIST), covering the regions of Dobrich (Bulgaria), Constanta (Romania) and Negrea Municipality, Moldova - <http://eurekainstitute.eu/tourist/bg> (28.08.2016).

<sup>12</sup> 'Protected natural heritage in the cross-border region in the focus of tourist offers – a tourist route'; 'Resources of cultural tourism in Bulgaria and Romania – ancient history and folklore'; 'Presentation of Bulgaria as a weekend destination in Bucharest'; ISTRO-PONTIC cross-border cultural tourism destination'; Cultural tourism Bulgaria', etc.

кан–Сливо поле“ като туристическа дестинация е с фокус върху риболовния туризъм. В този регион е запазена и традицията на логкостроенето, докато водните мелници са спомен, запечатан в снимки и разкази. Съседството като реалност и въображаемо мисли по различен начин пространствата и създава нови териториални цялости. Исторически създаденият опит на обживяване на територии, културите като начини на живот предлагат ресурси на символно равнище, които могат да се потребяват и да се превърнат в част от консумативната култура чрез предлагане на продукти с марка „автентично“.

Примерите показват мислене за култури и хора, култури и територии, хора и територии в тяхната динамична връзка без търсене на точни и непроменящи се граници в пространството и времето. Проектът „МЕМОФИШ – памет и бъдеще. Истории за дунавската цивилизация“<sup>13</sup> (2018–2020) прави чуваеми гласове от местата, вписани в културен пейзаж и изгражда документално поречието на Долен Дунав като единна територия с локални специфики. Природни гадености – свързани с човешка намеса или като част от символните светове на местните общности, стават елемент от разказа за начините на живот, за културите на местните общности. Интересното е, че начинът на поднасяне на информация дава възможност на местни от поречието и на гости да изработят свой маршрут, свой пейзаж въз основа на разнообразни данни и информация на страницата на проекта. Проектите разкриват разнообразие от социални актьори, които биха могли да споделят и да конструират отново или по нов начин културни наследства, както и пейзажи<sup>14</sup>.

Културите и преживяното са и част от символния ресурс за поддържане на връзки на гражданите с мястото на живеене, за ценностно преосмисляне на градското и неговите исторически случвания. Затова музеят в Русе със своите експозиции, резултат от изследвания, и музейни обекти като Еко-

any attempts to find precise and permanent borders in space and time. The project 'MEMOFISH – Memory and Future. Stories about the Danube Civilisation'<sup>13</sup> (2018–2020) makes the voices from the cultural landscape places audible and builds a document of the Lower Danube as a consolidated territory with some specific local features. Natural assets, whether connected to human activity or part of the symbolic worlds of the local communities, become elements of the story about the lifestyles and the cultures of the local communities. The intriguing thing is the manner in which information is given, as it enables local people from the Danube area as well as visitors to make their own route, their own landscape based on the various data and information offered on the project website. The projects cover a variety of social actors, who could share and construct anew or in a new way cultural heritages as well as landscapes<sup>14</sup>.

Culture and experiences are also part of the symbolic resource helping the citizens to stay connected with the living place, to re-evaluate the urban and its occurrences throughout history. That is why the museum in Rouse makes exhibitions based on research work, with museum sites like the Ecomuseum with Aquarium, the Rouse Lifestyle House Museum (Calliope's House), etc. that generate a variety of images of Rouse and its region showing the special lifestyle on the Danube in different historical settings. The changes in the cultural landscape on the river leave their imprint on architectural sites, historical places, beliefs and views on the power of the river and its natural might; they have left their permanent imprint on the spatial transformation of the river valley, the towns and villages there, and on their interactions as "Danubian". "The images of the *Great River*" correlate with shared lifestyles, but they just as well reflect local, regional and national narratives. The "Danubian", the local and the regional exist in natural places and in places saturated with life, in

<sup>13</sup> Съфинансиран е от Европейския Съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие в рамките на Програмата Interreg V-A Румъния-България: <https://memofish.eu/>; <https://brcci.eu/memofish>

<sup>14</sup> Експозициите като резултат от научни изследвания и отразяване на социални репрезентации за Русе и региона виж: Ненов 2012; Ненов 2019; Ненов 2019а; Ненов 2020; Бокова 2020; Бокова 2021; Бокова 2021г.

<sup>13</sup> Co-funded by the European Union through the European Fund for Regional Development under the Interreg V-A Bulgaria-Romania program: <https://memofish.eu/>; <https://brcci.eu/memofish>

<sup>14</sup> Exhibitions as the result of research work and covering social representations for Rouse and its region see: Ненов 2012; Ненов 2019; Ненов 2019а; Ненов 2020; Бокова 2020; Бокова 2021 Бокова 2021г.

музей с аквариум, Къща музей „Грагски бит на Русе“ (Къщата на Калиопя) и др., създава многообразие от образи на Русе и региона, свързани със специфичен начин на живот край Дунав в различен исторически контекст. Промените в културния пейзаж на реката се отразяват и в архитектурни обекти, в исторически места, във вярвания и представи за силата на реката и нейната природна мощ, запечатани са в пространствената трансформация на поречието и на селищата и техните взаимодействия като „дунавски“. „Образите на Голямата река“ се съотнасят със споделяни начини на живот, но отразяват и локални, регионални и национални разкази. „Дунавското“, локалното и регионалното се откриват в природни места и в обживени места, в културни събития, в религиозни празници и практики, в споделяни техники и взаимодействия с природното. Природните дадености на региона се представят и се изживяват по сходен начин като част от места на човешка дейност, като част от места на обитание на хора, растения, животни (Ненов 2016; Бокоча 2020). По-важното в случая е, че показаното знание разкрива връзките на човека с природните ресурси, отразява развитието на знанията и уменията, визуализира промените в начини на живот на разнообразни общности и създава основата за ценностното припознаване на културни наследства и тяхното възприемане като част от съвременната култура.

Крепостите по реката край селата Кривина и Мечка, градовете Русе, Мартен и Тутракан стават публично достояние, защото се превръщат във важни места на памет. Изследванията се популяризират в пътеводител „Водач по Дунавския лимес в Североизточна България“, образователна програма и филм с възстановки, които прави част от местата разпознаваеми за съвременниците. Наред с утвърдените като ценност резултати от археологически проучвания се включват и факти от съвременните култури като рецепти за ястия от региона. Изучаването на познание за исторически отминали времена става част от разиграване, забавление и др. Да изпиеш чаша турско кафе в къщата на Калиопя, за да узнаеш съдбата си е преживяване, което става личен опит и създава усещане за „онова време“, специфично възприемане на атмосферата на дома. Къщата като музеен обект не се вписва единствено в романтиката на XIX в., осезаема във вътрешната архитектура, интериорния

cultural events, in religious holidays and practices, in shared techniques and interactions with the natural. The natural assets of the region are presented and shared as part of human activity places, as part of the habitat of people, plants and animals (Ненов 2016; Бокоча 2020). More important in this case is that the displayed knowledge reveals man's relations with the natural resources, reflects the progress of knowledge and skills, visualises transformations in the lifestyles of various communities and sets the foundations for the recognition of the cultural heritage value and its existence as part of the culture of today. The fortresses on the river by the villages of Krivina and Mechka and by the towns of Rousse, Marten and Tutraкан have become accessible to the public as important places of memory. The research efforts are promoted by the guidebook *Guide along the Danube Roman Limes in North-eastern Bulgaria*, an educational program and a film with reconstructions making part of the sites recognizable to people living today. Facts of modern cultures such as regional cooking recipes are included along with archaeological research results of established value. Learning information about past times in history has become part of a game, entertainment, etc. To have a cup of Turkish coffee in Calliope's house and hear your fortune told is an experience that becomes personal and creates a feeling of "that time" and of the special character of that home. The house as a museum site is not simply part of the 19th century romance that is perceived in the inner setting and the interior design; it opens a view to knowledge of the former times twists in people's lives and offers visualised stories about the biography of the house in turbulent historical periods. That effect is achieved by interviews<sup>15</sup> with heirs and relatives of the Kamburovs, the last private owners of Calliope's House, telling life stories as an echo of the big history, in this case the start of the socialist period in Bulgaria.

*The image of Rousse as a "European city" has numerous manifestations both in the museum and*

<sup>15</sup> *Stories told in interviews and recorded with a camera were a product of a project to build a digital local memory sharing platform. The project was implemented by Arena Media, the Rousse Regional Museum of History and European Spaces Association.*

дизайн, но прави възможно познанието за историческите поврати в съдбите на хората и визуализира в разкази биографията на къщата в динамични исторически периоди. Това въздействие се постига с интервюта<sup>15</sup> с наследници и близки на фамилия Камбурови – последните собственици на къщата на Калиона, които пресъздават житейски разкази като отглас на голямата история, в случая установяването на социализма в България.

Образът на Русе като „европейски граг“ има множество проявления, както в музея, така и с препратките от музея към конкретни градски места, културни технологии на производство, места и практики на свободно време, емблематични личности, носители на новото за своето време. Всичко това поражда активен диалог с гражданите с идея за привличането им в участие в изграждане на експозиции, в споделяне на впечатления, със създаване на възможност за нова гледна точка и нова интерпретация на познато място, на вече видяно събитие.

Наблюденията и резултатите от теренните изследвания насочиха вниманието ни към разнобразно отношение от различните социални актьори към културните наследства. Археологически обекти в областите Русе и Сливен<sup>16</sup>, които притежават висока научна стойност, свързана с началата на българската археология, показват различни регистри на припознаване и управление от местните общности. Крепостите „Сексагинта Приста“ в Русе и „Туида“ в Сливен – действащи археологически обекти с осигурен достъп и експозиция на открито, са вписани в градските пространства като значими места на памет и на градски събития. Обратното, тракийската могила в с. Калояново, Сливенска община, към момента е археологически

<sup>15</sup> Интервюта – разкази, записани с камера, са резултат от проект за изграждане на дигитална платформа за споделяне на местна памет, реализиран от Арена медия, Регионален исторически музей – Русе и Сдружение „Европейски пространства“.

<sup>16</sup> В Русе проектът е „Възстановяване и социализация на Римска крепост „Сексагинта Приста“, с финансовата подкрепа на ОП „Регионално развитие“ 2011–2013 г., съфинансирана от ЕС чрез ЕФРР. В Сливен това е проект „Във времето и с времето – интегриран проект за развитие на природни, културни и исторически атракции и туристическа инфраструктура в Сливен“, с финансовата подкрепа на ОП „Регионално развитие“ 2007–2013 г., съфинансирана от ЕС чрез ЕФРР.

with the references the museum makes to specific local places, cultural production technologies, free time places and occupations, and iconic people, who were proactive innovators in the time they lived. All that provokes an active dialogue with the citizens aiming at engaging them in the process of making exhibitions, sharing impressions, enabling a new perspective and a new interpretation of a place that is familiar, or of an event that has already been seen.

The field research observations and results revealed that different social actors have a different attitude to cultural heritage. *The archaeological sites in Rousse and Sliven*<sup>16</sup> have a high research value because they were part of the pioneering steps of the Bulgarian archaeology; however, the levels of local community recognition and management are different. The fortresses of Sexaginta Prista in Rousse and Tuida in Sliven are active archaeological sites with open-air exhibitions accessible to visitors; they are integrated in the urban spaces as important memory places and event venues. The case with the Thracian mound in Kaloyanovo village in Sliven municipality is just the opposite: at present, it is a promising archaeological site that can become a cultural resource because of the local community interest in it, but there are problems related to its institutionalization into heritage. The Yatrus fortress by Krivina village in Tsenovo municipality is an example of an archaeological site of high research value that still is “unknownable” for the local community because of the lack of shared cultural practices and images of the past (Богова 2021).

The exploration of places and local cultures and their presentation to diverse groups of visitors and well as integrating it into the local culture as an important topos of lifestyle narratives is a time-consuming process involving a large number of participants.

<sup>16</sup> The project in Rousse was ‘Reconstruction and Socialisation of the Roman Fortress of Sexaginta Prista’, with financial support from OP ‘Regional Development’ 2011 – 2013, co-funded by EU through ERDF. The project in Sliven was ‘Travelling through Time, in Time and With Time - integrated project for the development of natural, cultural and historical attractions and tourist infrastructure in Sliven’, financially supported by OP ‘Regional Development’ 2007 – 2013, co-funded by EU through ERDF.

обект с потенциал да се превърне в културен ресурс поради интереса на местната общност, но съществуват проблеми в нейното институционализиране в „наследство“. Крепостта „Ятрус“, с. Кривина, община Ценово, е пример на археологически обект с висока научната стойност, останал „непознаваем“ за общността и без споделяне на културни практики и образи на миналото от страна на жителите на общината (Бокова 2021г).

Изучаването на местата, на локалните култури и тяхното представяне пред разнообразни групи посетители, както и вписването му в местната култура като важен топос на разкази за начин на живот, е дълготраен процес с много участници. Налице е висока научна стойност на археологическите обекти, сама по себе си важна в процесите по въвеждане на обект, място, събитие в наследство, но без това да оказва пряко влияние върху местното развитие. Използваните примери отразяват различен регистър в отношенията наследство, местна общност, институции, между които липсват необходимите взаимодействия. Съществуването на обект със значение за една общност – научна, местна, институционална, друга, не води след себе си превръщането му автоматично в наследство. Институционалният научен разказ за крепостите „Туида“ и „Сексагинта Приста“ има свои варианти на разкази, усвоени от жителите на градовете и превърнати в част от съвременната градска култура. Градската крепост, историческо място и археологически обект, е и място за срещи, прекарване на свободното време – събития, забавления, занимания. Фестивалите, културните събития в експозициите на открито в случая не отпращат единствено към миналото, не изграждат връзки единствено с „началните времена“ на създаване на града или с важни национални събития. Те надскачат местните рамки и привличат към познание – забавление, към съучастие в създаващо се в момента събитие с тяхното пряко вписване в момента. Затова класически фестивални форми, празници с дегустация, забавления и възстановки се превръщат във важен елемент на градската култура, привличат към съответния град и са възможност за разнообразяване на преживяното вече и натрупване на нов опит от следващо посещение.

Интересът на разнообразни социални актьори, както и нееднозначно отношение към конкретно наследство се открива и в други изследвани слу-

These are archaeological sites of a high research value, which is an important aspect of the inheritance of a site, place or event, but it has no direct effect on the local development. The mentioned examples belong to different levels of the relations between heritage, local community and institutions that fail in effecting the necessary interactions. The existence of a site of significance for a community, regardless of whether that is a research, local, institutional or some other community, does not necessarily turn that site into heritage. The institutional research narratives of the fortresses of Tuida and Sexaginta Prista have their narrative versions embraced by the local citizens and integrated in the modern urban culture. The urban fortress, which is a historical place and an archaeological site, is also a place where people meet and spend some free time at various events, entertainment forms and activities. In that case, the festivals and cultural events on the site of open-air exhibitions do not only suggest thoughts about the past, do not just build links to the “starting time” of the town or to important national events. They go beyond the framework of the local to engage in entertaining knowledge, in co-participation in the event that is being created with their direct involvement. That is the reason why classical festivals, celebration events with sampling, entertainment and re-enactments grow into significant urban culture elements; they attract visitors to that town and offer possibilities to diversify what has already been experienced and to accumulate new experiences with every visit.

The interest of different social actors and the ambiguous attitude to a particular heritage unit exist in the other studied cases as well. One of the interesting examples is about the UNESCO logo for the nomination of Living Human Treasures in Bulgaria. *Events included in the cultural calendar of Pernik and Kalofer* focus the interest of researchers and audiences and demonstrate the power of cultural heritage as a local identification resource that has an economic value as well. The international festival of masquerade games in Pernik is based on a traditional masquerade game feast called ‘Surva’, which is on 14 January in the Old Style calendar; it is on the list of the international organisation. On the other hand, the *men’s*

чаи. Един от интересните примери засяга знака на ЮНЕСКО, свързан с номинацията „Живи човешки съкровища“ в България. Събития от културния календар на градовете Перник и Калофер привличат интереса на изследователи и публики и показват силата на културните наследства като местен ресурс за идентификация, но и с икономически потенциал. Международният фестивал на маскарадните игри в Перник е създаден въз основа на традиционен празник на маскарадните игри Сурва, 14 януари по стар стил, вписан в номинацията на международната организация, а „мъжкото хоро“ / „леденото хоро“ на Богоявление, 6 януари, в гр. Калофер, поражда дискусии заради идеята за неговото вписване в номинациите.

Маскарадните игри днес, когато традицията е получила знака на ЮНЕСКО, са с променена функция и представляват „масова проява“ на локална култура. Традицията, първоначално преследвана по административен път от комунистическата власт през 50-те години на ХХ в., по-късно става обект на целенасочена сръжавна политика за превръщането на фолклора във „висока култура“. Фестивалът на маскарадните игри, започнал като преглед на локалните традиции в област Перник през 60-те година на ХХ в., се разгръща в национално събитие за представяне и преживяване на локалните традиции на маскиране в България. Затова и знакът на ЮНЕСКО за опазване на традициите на маскирането на празника Сурва, който засяга няколко десетки селища, бива трансфериран веднага в публичното пространство към фестивала – ново градско явление. Това прехвърляне на ценността от традиционния празник към градското събитие е в официалното говорене, в медийните публикации, в разговорите на маскираните участници в празниците по села и във фестивала в Перник. Ценността на традицията в региона, поддържана по селата, се предава по аналогия на фестивала, поддържан от града.

Мъжкото хоро обаче, предполага друга тенденция на трансформация – „завръщане“ на религиозното особено след 90-те години на ХХ в., след разпада на административните мерки на социалистическото управление върху вероизповеданията и религиозните практики. В случая има усилване на локалното и местната култура за сметка на универсалното и религиозното. Неговият „национален отзвук“ се измерва не само с интереса към събитието – стотици гости в Калофер идват, за да

*horo dance / ice horo dance* on Epiphany, January 6, in Kalofer entails discussions on account of the idea to nominate it for the UNESCO list.

Today, when the masquerade games were authorized to use the UNESCO logo, their function is already changed and they are a “mass manifestation” of local culture. The tradition faced stern administrative barriers imposed by the communist government in the 1950s. At a later phase, it enjoyed the measures of targeted state policy of transforming folklore into “high culture”. The festival of masquerade games started as a local tradition review in Pernik region in the 1960s, and later grew into a national event of presenting and experiencing the local masquerade traditions existing in Bulgaria. That is why the UNESCO logo for safeguarding the masquerade traditions of the Surva feast was immediately transferred in the public space to the festival – a new urban phenomenon. That transfer of values from the traditional feast to the town event is seen in the official speeches, in the mass media publications, in the conversations of the disguised participants in the village feasts and in the festival in Pernik. The value of the regional tradition preserved in the villages was transferred by analogy to the festival.

The men’s horo dance, however, suggests another transformation trend: “return” of the religious, especially after the 1990s, after the disintegration of the administrative measures imposed by the socialist government on confessions and religious practices. In this case, the local character and the local culture are strengthened on the expense of the universal and the religious. Its “national response” is gauged not only by the interest in the event: hundreds of people come to Kalofer to be part of that dance, but along with that, the ritual has incorporated national symbols such as the national flag. In this context, the men’s horo dance in Kalofer is the special feature developed and strengthened by the local people, and as the attention to it is getting stronger, there are many places where the Epiphany men’s horo dance becomes part of other local feasts. The local in this case is trying to find recognition on the national level, hence to win inscription in the national nomination list for the UNESCO logo for living heritage “with an-

се включат в хорото, но и с вписване на национални символи в ритуала, например националният флаг. В този контекст мъжкото хоро в Калофер е спецификата, която се развива и утвърждава от местните, а вниманието към него се усилва допълнително и на много места „мъжко хоро“ на Богоявление става част от груги местни празници. Местното в случая търси национално ниво на припознаване и съответно вписване в националната листа за номиниране за знака на ЮНЕСКО за запазена традиция „с корени от гревността“. Въпреки наличието на амбивалентно отношение към заявеното желание за номинация, то популярността на леденото хоро продължава да нараства.

В разглежданите случаи от различни региони, локалното има своето развитие в контекста на централизирано управление на културата, а в последните десетилетия и в допълнение с изграждане на градски образи на основата на културни наследства. Градските образи ползват културните наследства за изграждане на „марка“ на съответния град, на обособяване на местен знак и наследството функционира като марка (Briot 2014: 15–31). Това означава изграждане на идентичност в динамика (Pecot, de Barnier 2015: 143–159) с възможност за промяна на „разказа“, с привличане на нови или с отправка към предишни жизнени визуални и словесни образи, независимо дали се възприемат в по-висока степен еднозначно позитивно или амбивалентно. С позитивно възприемане от страна на всички социални актьори са местата на памет, тяхното опознаване и обживяване като цитираните крепости „Сексагинта Приста“ в Русе и „Туида“ в Сливен, новите градски събития като Международния фестивал на маскарадните игри. Амбивалентно или дискусивно обговаряне на наследствата от различните актьори се очертава за крепостта „Ятрус“ в Русенска област, община Ценово, тракийската могила в с. Калояново, община Сливен и „леденото хоро“ в Калофер. Във всеки отделен случай много ясно се открива взаимното усилване на символно равнище на взаимодействието наследство – територия – селище, дори когато развитието на културния ресурс е в перспектива. Създаването на марка на града, свързана с културно наследство, изисква двоен регистър на функциониране на градското. От една страна, това означава излизане на международна сцена с или без знака на ЮНЕСКО, а от друга, усвояване и припознаване на

cient roots”. Despite the existing ambivalence concerning the application for a nomination, the popularity of that horo dance keeps growing.

The local in the mentioned cases in various regions has its development in the context of centralised culture management, with the additional creation of urban images based on cultural heritage in the latest decades. The urban images use cultural heritage in building the “brand” of a certain town; heritage functions as a brand in creating a local symbol (Pecot, de Barnier 2015: 143–159). This means dynamic identity building allowing an option to change the “story”, attracting new or referring to former vital visual and oral images regardless of whether their acknowledgement is to a higher degree clearly positive or ambivalent. All social actors show a positive response to the memory places, to the information they learn about them and to the process of giving them new life, like the earlier mentioned fortresses of Sexaginta Prista in Rousse and Tuida in Sliven, or the new urban events like the International Festival of Masquerade Games. Ambivalent or unclear responses of the different actors are expected for the Yatrus fortress in Tsenovo municipality in Rousse region, the Thracian mound in Kaloyanovo village in Sliven region and the “ice horo dance” in Kalofer. In each of those cases it is very clear to grasp the mutual strengthening of the symbolic level of interaction between heritage, territory and town/village even if the cultural resource development is expected in the future. Building a cultural heritage-based urban brand requires from the urban to function at two levels: on the one hand, it means that it should go to the international stage with or without the UNESCO logo; on the other hand, the “place” should be recognised and used by the local citizens as significant for the urban structure or, in more general terms, for the structure of the town/village<sup>17</sup>.

### Heritage and the COVID-19 challenge

Phase Two of the research project coincided with the COVID-19 pandemic, when the societies faced the

<sup>17</sup> Concerning the relations between a territory (town) and the local development based on heritage resources with a focus on the relations between global and local see: Fagnoni 2013.

„мястото“ от жителите на града като значимо за градската и по-общо за селищната структура<sup>17</sup>.

### Наследствата пред предизвикателството Ковид-19

Вторият етап от изследователския проект съвпадна с епидемията от Ковид–19, когато обществата се оказаха в безпрецедентна ситуация и пред предизвикателството да запазят начини на живот при разрастваща се епидемия и при изразжани противоепидемичните мерки на национални равнища<sup>18</sup>. Международни изследвания показват промени в начини на живот, в културни практики в различни региони, в икономически и социални сектори, които са еднакво уязвими навсякъде по света, но същевременно ясно се виждат разнообразни отговори за справяне с епидемията в конкретната ситуация на национално или регионално равнище.

Туризмът, една от успешните сфери на икономическа дейност, разработваща и културни наследства, се оказа в капана на „новата нормалност“ – физическа дистанция и преобладаващи дигитални форми на социална комуникация. Множество изследвания – в това число и съпоставителни, на тенденциите в развитието на туризма в международен план, показват статистически доказани загуби за сектора, както и прогнози за съживяване на сектора в периода 2023–24. Те насочват вниманието и към нови гледни точки за развитието на туризма през следващите години с акцент върху вътрешния туризъм и „завръщащите се туристи“. Проучване в 23 държави, проведено от Международната асоциация на изследователите по туризъм (Viceriat, Du Cluzeau 2021: 93-98), отчита интерес от страна на туристите и изразено предпочитание към дестинация „в близост“ и повишено внимание към вътрешния туризъм.

Ориентацията към туризъм в близост е отразена в конструирането на визии за разнообразни туристически дестинации в периода 2015–16 с хоризонт 2023–24, следователно това е тенденция, зародена преди епидемичната криза. Това е идея да

<sup>17</sup> За отношението между територия (град) и местно развитие чрез ресурсите на наследството с акцент върху отношението глобално и локално виж: Fagnoni 2013.

<sup>18</sup> Виж данните, публикувани от Организацията за икономическо сътрудничество и развитие (ОСДЕ) - <http://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/les-actions-engagees-dans-le-domaine-du-tourisme-face-au-coronavirus-covid-19-86db4328/>.

unprecedented situation and the challenge to preserve their lifestyle in the conditions of the spreading pandemic and the anti-epidemic measures at the national levels<sup>18</sup>. International research work has indicated changes in the cultural ways in different regions and in the business and social sectors that are equally vulnerable anywhere in the world; at the same time, it is obvious that the responses to the specific situation at the national or regional level concerning the epidemic are different.

Tourism, one of the successful business sectors related to cultural heritage development, fell in the “new normal” trap: physical distancing and dominating digital social communication forms. Numerous analyses, including comparative analyses of international tourism development trends, have revealed statistically documented losses in this sector and forecasted revival in 2023–24. They focus on new tourism development perspectives in the coming years, especially on domestic tourism and the “returning tourists”. A survey of the International Association of Scientific Experts in Tourism covering 23 countries (Viceriat, Du Cluzeau 2021: 93-98) indicated interest in tourists, with clear preferences to destinations “nearby” and a growing focus on domestic tourism.

The trend of shorter trips was reflected in constructing visions of diverse tourist destinations in 2015-16 till 2023-24; in other words, this is a pre-pandemic crisis trend. That is an idea to offer to the local people and to the tourists possibilities to continuously experience the town while learning more – again, and in new ways. To learn more about a town by sharing the perspective of a specific group of its residents; to feel the vibes keeping the local people at that place; to see the landscape beauty and its significance for the neighbourhood inhabitants. It is about offering tourism related to experiencing, accumulating and diversifying impressions of the visit and possibilities to add more to them<sup>19</sup>. Between March and Decem-

<sup>18</sup> See the data published by the Organization for Economic Co-operation and Development (OECD): <http://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/les-actions-engagees-dans-le-domaine-du-tourisme-face-au-coronavirus-covid-19-86db4328/>

<sup>19</sup> See more about the development of night tourism, green tourism, craft tourism, memory places tourism, etc.: Les primo-visiteurs et les

се предлагат на местните и на туристите възможности за непрестанно опознаване и преживяване на града – отново и по нови начини. Да опознаеш града през погледа на определена група от жителите му, да усетиш атмосферата, която задържа жителите тук, да разкриеш красотата на пейзажа и неговите значения за жителите на кварталите. Става дума за предлагане на тип туризъм, свързан с преживяване, с натрупване и разнообразяване на опит от посещението и с възможност за неговото обогатяване<sup>19</sup>. За периода от март до декември 2019 г. дестинации „извън“ международните коридори / дестинации в близост, показват устойчивост и жизненост (Viceriat, Du Cluzeau 2021: 100).

Една от културните институции, която е в центъра на стратегиите за туристическо развитие, свързано с преживяване и преоткриване на местата, отново е музеят. Това е опознаване на културата като начин на живот посредством годишния календар, с откриване и споделяне на значимостта и ценността на начини на живот в различни исторически времена, в познание за преживени и преживявани събития от местни и заселници, от преминаващи и пътешественици за обогатяване картината на мястото. В музея в Русе е отделено важно място на наследството от времето на Римската империя, а крепостта Сексагинта Приста е част от музейната мрежа за исторически възстановки, културни събития и разигравания (Ненов 2016; Ненов 2019). В музея в Сливен археологическото наследство от средните векове има значимо присъствие и прави връзка с крепостта Туида, част от града, където посетителите избират обучение в бойни изкуства или „преживяване на един ден“ от средновековието. Археологическото наследство на Сливенска област е изложено в сградата на музея с административна част и преpraща към основ-

<sup>19</sup> Виж повече за развитие на туризъм през нощта, зелен туризъм, туризъм за занаяти, туризъм по места на паметта и др.: *Les primo-visiteurs et les repeaters: résultats issus des dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains et sur les aires d'autoroute (janvier 2016)* - <http://pro.visitparisregion.com/chiffres-tourisme-paris-ile-de-france>; Стратегия за туризъм: Париж 2022 - [https://www.api-site.paris.fr/paris/public/2018%2F8%2FAnnexe\\_5b-Strat%C3%A9gie\\_tourisme\\_2022.pdf](https://www.api-site.paris.fr/paris/public/2018%2F8%2FAnnexe_5b-Strat%C3%A9gie_tourisme_2022.pdf); <https://www.veilleinfotourisme.fr/tendances-et-recherches-en-tourisme/articles-de-recherche/revue-espaces-ndeq350-redessiner-la-destination-touristique>; Алексиева 2017; Наумов, Вараджаква 2021.

ber 2019, destinations “outside” international corridors / short trip destinations showed stability and vitality (Viceriat, Du Cluzeau 2021:100).

Once again, one of the cultural institutions standing in the centre of tourism development strategies related to discovering and experiencing places is the museum. It offers information about culture as a lifestyle through the calendar events, through discovering and sharing lifestyle significance and value in different periods in history, through facts about events that have been or are being experienced by local people and settlers, by passers-by and travelers that add more details to the image of the place. One of the highlights of the museum in Rouse is the heritage from the period of the Roman Empire, and the Sexaginta Prista fortress is part of the museum network used as a venue for historical re-enactments, cultural events and story staging (Ненов 2016; Ненов 2019). In the museum in Sliven, the medieval archaeological heritage enjoys a significant presence and makes connections to Tuida fortress where visitors to the town choose to be trained in martial arts or to “experience a day” as if they are back in that period of history. The archaeological heritage of the region of Sliven is exhibited in the museum building with an administrative section, and it makes references to key ancient memory topoi. The boat building and fishing museum in Tutrakan tells about what life is on the Danube, but along with that, it makes references to the Fishing Village and the Museum of History.

We have to note that cultural heritage is very important as a vehicle to keep people connected and as an environment helping to overcome situations of relative isolation, physical distancing and specific social relation regulations. It is very impressive to see the luxurious brands staying in touch today with their customers in a virtual environment largely fo-

*repeaters: résultats issus des dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains et sur les aires d'autoroute (janvier 2016)* - <http://pro.visitparisregion.com/chiffres-tourisme-paris-ile-de-france>; The 2022 Tourism Strategy - [https://www.api-site.paris.fr/paris/public/2018%2F8%2FAnnexe\\_5b-Strat%C3%A9gie\\_tourisme\\_2022.pdf](https://www.api-site.paris.fr/paris/public/2018%2F8%2FAnnexe_5b-Strat%C3%A9gie_tourisme_2022.pdf); <https://www.veilleinfotourisme.fr/tendances-et-recherches-en-tourisme/articles-de-recherche/revue-espaces-ndeq350-redessiner-la-destination-touristique>; Алексиева 2017; Наумов, Вараджаква 2021.

ни топоси на памет от древността. Музеят на логкостроенето и риболова в Тутракан разказва за живота по поречието на Дунав, но препраща и към Рибарската махала, прави връзка и с общинския исторически музей.

Трябва да отбележим, че културните наследства се очертават като много важна сфера за поддържане на връзка между хората и като среда за преодоляване на относителната изолация, физическата дистанция и специфичната регулация на социалните отношения. Прави силно впечатление как луксозните марки днес усилват връзките си с клиентите и във виртуална среда с акцент върху културата, върху културните наследства – видео срещи, концерти, подкаст “Dior Talks”, разговори за света „след“ в различни социални мрежи и др.

В новия контекст музеите също търсят нови форми на общуване или задълбочават и правят интензивни вече създадени канали в интернет с публиките и се стремят да привличат нови публики в дигитална среда<sup>20</sup>, преосмислят събития и начини на общуване, за да останат видими и разпознаваеми за нови посетители или новите начини на посещение във виртуална среда

Русенският исторически музей представя през погледа на виртуалните посетители „музеят отвътре“ – публично достояние на дейности, които посетителят не познава, като процеси по идентификация на културни ценности или показва и разказва как един предмет се превръща в артефакт (Ненов 2020:46). Виртуални разходки, виртуални изложби стават част от новите инструменти за общуване с публиките (РЕМ – Пловдив), онлайн обучение през целия живот или за групи със специални потребности на Фондацията на Пиреос Банк, Гърция. „Оставам в къщи, оставам с изкуството“ е инициатива на Галерия Левентис, Кипър, която осигурява достъп до изкуство във време на физическа изолация. Все повече се набляга на контакти през социалните медии и се търси обратната връзка от страна на посетителите като се създават възможности за генериране на дигитално съдържание от посетителите в музеите в техните социални мрежи (Живи наследства 2020; Постаджиян 2022).

<sup>20</sup> Интервю с представители на 14 музея за работата им в ситуация на Ковид-19: „Живи наследства“, Регионален център – ЮНЕСКО, София, бр. 3-4, 2020: <https://www.unesco-centerbg.org/информационни-материали/living-heritage/>; Постаджиян 2022.

cused on culture and cultural heritage: video meetings, Dior Talks podcasts, discussions in the social networks about the world “after”, and so on.

The museums in the new context are also trying to find new communication forms or to deepen and intensify the already existing Internet channels to connect with audiences; they make efforts to attract new audiences in the digital environment<sup>20</sup>, to rethink events and communication methods in order to remain visible and recognizable to new audiences or new methods of virtual visits.

The Museum of History in Rousse shows to its virtual visitors a glimpse of “the museum from the inside” and unveils to the public activities that visitors are unaware of, such as cultural asset identification processes, or the way an object becomes an artefact (Ненов 2020:46). Virtual tours and virtual exhibitions have become some of the new tools used to communicate with the audiences (Plovdiv Regional Museum of History), as well as online lifelong learning or online work with groups with special needs of the Piraeus Bank Foundation, Greece. ‘I Stay at Home – I Stay with Art’ is an initiative of the Leventis Gallery in Cyprus that enables access to art in the period of physical isolation. Social media contacts have a growing significance, especially the feedback given by the visitors and the possibilities provided to the museum visitors to generate digital content in their social networks (Живи наследства 2019; Постаджиян 2022).

The museum in Sliven created the ‘Tell Me a Story’ channel for online communication<sup>21</sup> with school students that is growing very popular among youngsters all around the country, with the idea to share emotions and experiences related with the so-called ‘new sociality’ (<https://www.facebook.com/future-mecontest>).

With the same idea, an exhibition of the Rousse Regional Museum of History presents ‘objects with stories’ from the socialist period, trying to “wake” the

<sup>20</sup> Interview with representatives of 14 museums regarding their work in the COVID-19 situation: „Living Heritage“, UNESCO Regional Centre, Sofia, issue 3-4, 2020: <https://www.unesco-centerbg.org/информационни-материали/living-heritage/>; Постаджиян 2022.

<sup>21</sup> Interviews with N. Sirakov, PhD, D. Rankova and M. Pavlova, Sliven RMH, August 2021.

Музеят в Сливен създава канал за онлайн общуване<sup>21</sup> с ученици „Разкажи ми история“ и набира голяма популярност сред юношите от цялата страна с идеята за споделяне на емоции и преживявания от т. нар. нова социалност (<https://www.facebook.com/futuremecontest>). В същата посока, търсене на преживяванията на местните и тяхното споделяне като част от местната история насочва експозиция в РИМ – Русе, която привлича вниманието към „предмети с истории“ от времето на социализма. Предметите са предоставени за експозицията и са придружени от разкази на притежателите, направена е и страница във фейсбук (<https://www.facebook.com/kak-ga-nokazhem-soциализма-в-музея-109084684068268/>).

Интензивната комуникация на музеите с разнообразни публики по нов начин в социалните мрежи, превръщането на музея в един от социалните актьори в дигитална среда и публичното представяне на разнообразните дейности на музеите, а не само на експозициите им, е условие за промяна и на ролята му в изграждане на образа на града като туристическа дестинация. Културният пейзаж, като част от представяните наследства в музея, може да препрати и към културния пейзаж като туристическа атракция в съседство или да направи мост между музейните репрезентации и разиграваните събития на мястото. Археологическото наследство в залите на музеите в Русе и Сливен насочва към местата на откриване на находките, но и отразява социалните репрезентации за местата и тяхната значимост, например археологическите обекти крепости „Сексагинта Приста“ в Русе и „Туида“ в Сливен.

Участието на музеите в дейности, предоставяне на услуги и създаване на блага, свързани с наследството, позволява на местни и посетители да изградят „опита на туриста“, придобит от посетителното място, от преживяното събитие и др. В този случай културните наследства могат да се използват като туристически ресурси, следователно за създаване на туристически продукт, който би позволил на посетителите да почувстват мястото/ обекта/ събитието като жителите на града. Затова и трансформирането на града в добро място на живеене се свързва и с разработване

experiences of the local people and make them share those experiences as part of the local history. The objects are submitted to the museum for that exhibition, and their owners' stories are published in Facebook (<https://www.facebook.com/kak-ga-nokazhem-soциализма-в-музея-109084684068268/>).

The active communication of the museums with various audiences in a new way in the social networks, the transformation of the museum into one of the social actors in the digital environment, and the public presentation of the variety of museum activities rather than showing only their exhibitions is a factor in changing its role in building the image of the town as a tourist destination. The cultural landscape in its capacity of part of the heritage presented in the museum can make a link to the cultural landscape as a neighbouring tourist destination, or build a bridge between the museum representations and the events “staged” on the site. The archaeological heritage exhibited in the museums in Rouse and Sliven indicates the sites where the objects were found, but on the other hand, it reflects the social representations of the places and their significance like, for example, the archaeological sites of the fortresses of Sexaginta Prista in Rouse and Tuida in Sliven.

The engagement in museum activities, the delivery of services and the creation of products related to heritage enables local people and visitors to shape the “tourist’s experience” from a place that was visited, an event that was experienced, and so on. Cultural heritage in such cases can be used as a tourist resource, hence it can contribute in the creation of a tourist product that would help the visitors to experience the place/ site / event as if they are local. That is the reason why the transformation of the town into a nice place to live depends on making the urban environment attractive to the local people. The 2019 statistics<sup>22</sup> supports the idea of the town as a network of sites to visit in order to build connections and experiences through the assistance of cultural

<sup>21</sup> Интервюта с д-р Н. Сиравков, Д. Ранкова и М. Павлова, РИМ – Сливен, август 2021.

<sup>22</sup> *In this case, offering was oriented to individual tourists, families with children and small groups not exceeding 8-10 people - the most frequent visitor categories in 2020. The interest in trips showed preferences to shorter trips and small groups; the main focus was experiences and emotions in varying contexts, with readiness to revisit.*

на градската среда като привлекателна за местните. Статистика от 2019<sup>22</sup> подкрепя идеята за града като мрежа от места на посещение и изграждане на връзки и преживявания чрез посредничеството на институции на културното наследство като музея<sup>23</sup>, граждански и професионални сдружения, с привличане на местните към опознаване на средата на живеене и съответно с привличане на „завръщащи се“ туристи – местни или от близки региони. Културните наследства придават привлекателност на дестинациите и привличат инвеститори (OECD 2009).

Изследването по проекта показва разнообразни примери за инструментализиране на наследствата в създаване на връзки с местата на живеене и с участието на разнообразни актьори и в новата социална действителност. Общественият дарителски фонд – Сливен (<https://fund-sliven.org/>), на пример, извършва издирвателска дейност с подкрепата на мрежа от институции – читалища, училища, детски градини, и доброволци. Местното знание, запазено в публикации или като знания-умения от майстори в различни сфери на творчество, се предава на деца и младежи в училища или в неформална среда – празници, събития, фестивали, в дигиталното пространство. Водещите заниманията представят конкретни теми с предварително подготвени материали, използват се детски книжки с информация и илюстрации за различни възрасти, посветени на традициите в региона<sup>24</sup>. Децата се запознават с исторически личности, с литературни герои от произведения на автори, свързани с региона, с традициите в художествените занаяти по примера на местни традиционни облекла, божигробски престилки, мотивите и орнаментите в котленските и сливенските килими. Познанието е свързано с оцветяване, рисуване въз основа на изображения примери, слушане на приказки по време на оцветяването и рисуването.

<sup>22</sup> В случая предлагането е насочено към индивидуални туристи, семейства с деца и малобройни като състав групи от 8-10 души, основните посетители през 2020 г. Интересът към пътуванията показва насоченост към близки региони, пътуват малки групи, търси се преживяване и емоция в разнообразен контекст с готовност и за завръщане на същото място.

<sup>23</sup> Повече виж: Бокова 2016; Бокова 2021 и Бокова 2021а; Алексиева, Бокова 2013.

<sup>24</sup> Интервю с Дора Куршумова, председател на фонда, автор и издател на изданията, август 2021, Сливен.

heritage institutions such as the museum<sup>23</sup>, civil and professional associations, through engaging the local people in learning more about the environment they live in, and also through attracting “returning” tourists coming from nearby or from places far away. Cultural heritage makes destinations attractive for tourists and investors (OECD, 2009).

The research has shown a variety of examples of *heritage instrumentalisation* related to building a link with the towns/villages, with a variety of new actors participating in the new social reality. The Public Donor-advised Fund in Sliven (<https://fund-sliven.org/>), for example, performs searching activities supported by a network of institutions such as community cultural centres, schools, kindergartens and volunteers. Local knowledge preserved in publications or as skill-based knowledge of masters of various arts and crafts is transmitted to children and students or in the informal environment of feasts, events, festivals, and in the digital space. The leading activities are specific topics with materials prepared beforehand; they use children’s books for different age groups containing information and illustrations on the local traditions<sup>24</sup>. The children learn about historical people, about characters from books of writers having connections with the region, about the traditions in local applied arts such as the local traditional costumes, the Jerusalem / boiled aprons, the motives and ornaments on the carpets woven in Kotel and Sliven. Learning is related to colouring, drawing based on image samples, and listening to stories while colouring and drawing. Local knowledge is being searched for in research works, and is upgraded with the contemporary skills and cultural practices. The idea is that the women masters transfer to the children their knowledge and skills in various fields, and those skills and practices are described, recorded and documented in various formats. That way, the local traditions in weaving<sup>25</sup>, sewing slippers, mak-

<sup>23</sup> See more in: Бокова 2016; Бокова 2021 and Бокова 2021а; Алексиева, Бокова 2013.

<sup>24</sup> Interview with Dora Kurshumova, Chairperson of the Fund, the author and publisher of the printed aids, August 2021, Sliven.

<sup>25</sup> There are many activities in Sliven and Kotel and in the villages of Krushare, Seliminovo, Gavrailovo, Zheravna, Glushnik, Panaretovo. For more information please visit the website of the fund: <https://>

Местното знание се търси в научни изследвания и се надгражда с уменията и културните практики в съвременността. Идеята е жените майсторки да предават своите знания и умения в различни сфери на децата, а уменията и практиките да останат описани, заснети и документирани в разнообразни формати. По този начин локалните традиции<sup>25</sup> на тъкане, шиене на терлици, направа на „варени престилки“, месене и украса на хлябове, приготвяне на местни храни се превръщат в пътешествие из Сливенско, достъпно на интернет страници на институции партньори и възможно за основа за обучение и самоподготовка<sup>26</sup>.

По време на епидемичната обстановка инициативите на фонда и съмишлениците се реализират във виртуалното пространство, което дава също възможност за активна обратна връзка, споделяне и коментари на съучастието в дигитална среда. Това са младежки театрален фестивал „Сливенски вятър“, изложба „Легендите за Сливенския Балкан“, фестивал „Златен Сливен“ за популяризиране на локалните култури, ежегодни награди за утвърждаване на познание за наследствата и тяхното съпреживяване с акцент върху изпълнителството. Общуване между поколенията и съчетаване на познание и емоционално преживяване, включване в творчески процеси съобразно възрастовите възможности подкрепя възприемането на наследствата от страна на децата и младежите като част от съвременния начин на живот, като съвременна ценност. И не на последно място, младите изграждат връзки с територията на живеене, с региона чрез опознаване на важни моменти или елементи от наследството и тяхното откриване в процес на изработка.

Мрежа от културни институти – Регионален исторически музей и крепост Туида в Сливен, Музей на текстилната индустрия (<https://textile-museum.com/>) в града, общински музеи в областта, сдружения с идея за превръщане на града в „по-добро място за живеене“ – сдружение „Св. Георги Победоносец“ (<https://www.facebook.com/333590480110729/>

<sup>25</sup> Активна дейност се осъществява в гр. Сливен, гр. Котел и селата Крушаре, Семиминово, Гавраилово, Жеравна, Глушник, Панаретово. Повече на сайта на фонда: <https://fund-sliven.org/>

<sup>26</sup> Основен партньор е интернет страницата за туризъм на община Сливен – 100 причини да посетите Сливен: [https://infotourism.sliven.bg/bg/100\\_reasons.htm](https://infotourism.sliven.bg/bg/100_reasons.htm).

ing “boiled” aprons, bread kneading and decorating, and cooking local dishes become a journey around Sliven region accessible on the website of partner institutions and possibly serving as a training and self-training fundament<sup>26</sup>.

In the epidemic circumstances, the initiatives of the fund and its supporters were implemented in the virtual space, thus enabling active feedback, sharing and commenting on the co-participation in the digital environment: Slivenski Vyatar Youth Theatre Festival; the exhibition ‘Legendite za Slivenskiya Balkan’ (*The Legends about the Balkan Mountains around Sliven*); the Zlaten Sliven Festival promoting local cultures, and annual awards for heritage awareness co-experiencing and strengthening, with a focus on performance. Inter-generation communication and combining knowledge and emotional experience as well as involvement in creative processes adequate to the age-related capabilities supports the process in which the children and young people perceive heritage as part of the lifestyle today, as a contemporary treasure. Last but not least, the young people build links with the area where they live, with their region, by learning about important moments or heritage elements and their identification while making a product with their hands.

A network of cultural institutions: the Regional Museum of History and the Tuida fortress in Sliven, the Textile Industry Museum (<https://textile-museum.com/>) in the town, municipal museums in the region, associations aiming at making the town ‘a better place to live’ such as St. George the Victorious (<https://www.facebook.com/333590480110729/posts/1020238278112609/>), the Public Donor-advised Fund, regional structures like Blue Stones Nature Park, community cultural centres, schools and the local government participate in joint projects related to the local and regional heritage. And if St. George the Victorious Association attracts volunteers in the reconstruction of St. George’s Orthodox Church in Sliven (in Barbuk Bair area), the rebuild-

[fund-sliven.org/](https://fund-sliven.org/)

<sup>26</sup> Leading partner is the tourism website of Sliven Municipality ‘100 Reasons to Visit Sliven’: [https://infotourism.sliven.bg/bg/100\\_reasons.htm](https://infotourism.sliven.bg/bg/100_reasons.htm)

posts/1020238278112609/), Обществен гарителски фонд, регионални териториални структури като Природен парк „Сините камъни“, читалища, училища, местна власт участват в общи проекти с насоченост към наследствата на града и региона. И ако сдружение „Св. Георги Победонесец“ привлича доброволци за възстановяване на православния храм „Св. Георги“ в Сливен (местност Бармук баир), то изграждането отново на храма реконструира сакрално място и културни практики, поддържани до 90-те години на ХХ в. Храмът е опора и на добре познатия разказ в региона за Сливенската Света гора (Демирев 2021) и „визуализира“ един от нейните топоси. Честването на Богоявление (6 януари) по идея на членове на сдружението привлича участници за вадене на кръста от р. Новоселска и извежда този момент от ритуала извън черквите в града, както е било до преди десетилетие.

Националната художествена гимназия в Сливен „Димитър Добрович“ и Музеят на текстила в разнообразно партньорство с други организации разработват творчески проекти въз основа на културните наследствата на текстилното производство, традиционното тъкане, взаимодействието на човека с природата (съвместно с Природен парк „Сините камъни“). Тенденцията за опознаване и творческо надграждане на традиционни културни практики от региона се откриват в редица събития и нови форми на обживяване на важни места за местните общности и за региона. Предания за места, легенди за конкретни селища, разкази за минали събития стават основен маркер за изграждане на локалното, на специфичното, но са основа и за създаване на нови културни практики (Демирев 2021) и обживяване на местата със съвременни културни форми. Фолклорните фестивали показват подобна тенденция, в която традициите се съхраняват, но възникват и нови празници и събори с акцент върху връзките с локалните култури (Рашкова 2022). Подобни примери могат да се открият и в други сфери на наследствата като аграрните (Райчева 2021). Сливенският регион като територия на „златните праскови“ е резултат от аграрните политики по време на социализма и това относително ново във времето производство се възприема днес като „традиционен поминък на региона“. Фестивалът „Златната праскова“ в с. Гавраилово създава традиция въз основа на фолклора и налага отглеждането и обработката на праскови като

ing of the church reconstructed a sacred place and cultural practices that existed till the middle of the 1990s. The church is a pillar of the popular local narrative about the Sliven Holy Mountain (Демирев 2021) and “visualises” one of its topoi. Based on the idea of the association members, the celebration of Epiphany (January 6) attracted participants in the ritual of taking the cross out of the Novoselska River, thus taking this part of the ritual outside the churches in the town.

Dimitar Dobrovich National School of Arts in Sliven and the Textile Museum, in various partnerships with other organisations, develop creative projects based on the cultural heritage of textile production, traditional weaving, and the interaction between man and nature (in partnership with Blue Stones Nature Park). The trend of growing awareness and creative upgrading of the traditional regional cultural practices is seen in many events and new forms of bringing life to places that are important to the local communities and to the region. Legends about local spots and specific villages or towns as well as stories about historical events turn into the key marker in building the local, the specific, but they are also the fundament of the shaping of new cultural practices (Демирев 2021) and bringing life to those sites with the use of modern cultural forms. The folklore festivals show a similar trend of preserving the traditions alongside with emerging new feasts and fairs, with a focus on local cultures (Рашкова 2022). Similar examples can be found in other heritage domains, in the agrarian sector, for example (Райчева 2021), because the fame of Sliven region as the land of “golden peaches” is the outcome of the agrarian policies in the socialist period, and that relatively young production is seen today as a “traditional local living”. The Golden Peach Festival in Gavrailovo village has built a folklore-based tradition and has established peach tree growing and peach processing as “traditional”. Growing vineyards and wine production fit in the concept of a millennia-long tradition (Cupakov 2021), with the important clarification about changes in the best preferred sorts of grapes, in the sorts of wine or new production methods as well as in the feast related to this cultural technology. The cele-

„традиционни“. Отглеждането на лозя и производството на вино се вписва в представите за хилядолетна традиция (Сираков 2021) с важно уточнение за промяната в предпочитаните сортове за отглеждане, в производството на вина от нови сортове или нови начини на производство, както и в празниците, свързани с тази културна технология. Отбелязването на празника на св. мъченик Трифон запазва основни моменти от традицията, но въвежда и нови, свързани с общоселищни събирания, „институционализиране“ на конкурси за домашно вино и др.

Без стремеж за изчерпателност на културните практики, създавани и развивани от социални актьори в мрежа, можем да очертаем няколко тенденции в конструирането и разгръщането на образите на град Сливен. Едната тенденция отправя към древно минало на селището като се базира на откритите тракийски находки, експонирани в Регионалния исторически музей. Образът на град с древно минало (Сираков 2022) е подкрепен с разказите за следващи се исторически периоди от средновековието до наши дни в експозиции, анимации и възможности за преживяване на култури от различни епохи. Той е част от актуалното представяне и говорене за Сливен, а историческите специфики на градското – тракийско наследство, винопроизводство, текстил и др., са разгънати като част от съвременната градска култура.

Особен акцент в историческите разкази за града е свързан с войводите/ хайдутите и поборниците за освобождение на земите на българите от Османската империя. „Градът на 100-те войводи“ е визуализиран в паметниците на участниците в национално-освободителните борби през XIX в. В града и селищата в региона, в запазените и реконструирани къщи паметници, в изградените общински музеи и експозиционни или мемориални обекти в региона. Идеолозите на Възраждането като Г. С. Раковски и други, дейци на книжовното дело и просвета, имат своите места на памет в града и региона. Този образ на града обаче, остава представен в музейна среда, не е в дискурса на съвременните градски послания и не привлича широка публика. Трябва да се отбележи, че по време на епидемичната обстановка се осъществява дигитално общуване заради интерес към възрожденците и необходимост от тяхното пресъздаване във визуален разказ по адекватен за момент начин. Независимо от

bration of the day of the martyr St. Trifon keeps the key traditional moments, but new elements are also introduced such as gathering of the whole village, “institutionalization” of the homemade wine competition and so on.

Without any intentions to make a complete list of the cultural practices created and developed by social actors in a network, we can outline a number of trends in constructing and unfolding the images of Sliven. One of the trends is related straight to the ancient history of the town. It is based on the Thracian artefacts excavated around and exhibited in the Regional Museum of History. The image of a town of ancient history (Сираков 2022) is supported by the narratives concerning a sequence of historical periods from the Middle Ages until modern times offered in exhibitions, animations and possibilities to experience the cultures of various periods. It is part of the current presentation and commentaries about Sliven, and the historical characteristics of the urban, for instance the Thracian heritage, wine production, textile and so on, find their presentation as part of the modern urban culture.

A special highlight of the historical narratives about the town are the voyvods/hayduts and the champions of the liberation of the Bulgarian land from the Ottoman Empire. ‘The Town of the 100 Voyvods’ is visualised in the monuments of the participants from Sliven and its region in the 19th century struggle for national independence, in the preserved and reconstructed cultural monument houses, in the constructed municipal museums, exhibitions and memorial sites in the region. The ideologists of the Bulgarian National revival such as Georgi Rakovski and others, and activists of the aspiration after education have their memory sites in the town and its region. That image of the town, however, remains in the museum presentations; it is not in the discourse of modern urban messages, neither is it attractive to the broad audience. It is noteworthy that there is digital communication during the epidemic circumstances because of the interest in the National Revival activists and the need to present them in a visual story in a manner that is adequate to this moment. Anyhow, the historical heritage from the Revival is not an ac-

този факт, историческото наследство от Възраждането не е включено активно в съпреживяването на наследствата от региона, то остава „затворено“ в рамките на музейните експозиции и няма разнообразни проявления извън официалното говорене. Вероятно една от причините е начинът на тяхното вписване в националния разказ и създаването на времева дистанция от съвременна гледна точка към предците от пантеона на възрожденците.

Едно от водещите градски послания и днес разкрива града и неговото продължаващо развитие въз основа на текстила и текстилната индустрия. Музеят на текстила в Сливен пази индустриалната и технологичната история на градското развитие (Димитрова 2021), но е само едно от местата на памет, свързани с изграждането на модерния град. Централната сграда на Регионалния исторически музей и новата сграда за експозиции, лаборатория и хранилища – Първата държавна текстилна фабрика (затвор за дълъг исторически период) са белязани с важни моменти от житейската история на семейство Добри Желязков<sup>27</sup>, значимо име за българската индустриална история. Градската инфраструктура, индустриалното и архитектурното наследство на града са свързани с текстила (Димитрова 2021). Музеят на текстила е водещ в редица проекти с цел представяне на традициите в текстилната индустрия като познание, привличане на деца и млади към усвояване на елементи от технологиите и техниките на работа с текстил, както и на поддържане на традицията не само като знание и информация, но и съпреживяването ѝ в творчески работилници.

Много силна е връзката на образите на града с природната среда – Балкана, разбирана и представяна като природно богатство, но и като поддържаща места на памет с особена значимост за града и за региона. Културните наследства са вписани в природната среда, самата природа е превърната във важен елемент от наследствата на местните общности – природният парк „Сините камъни“, например. Местата на памет днес са поддържани и като места за създаване на нови културни практики и са припознавани с

tive constituent in the process of co-experiencing the heritage existing in this region; it remains “closed” within the museum exhibitions, without any diversity of expression beyond official speeches. One of the reasons can be the way it has been integrated in the national narrative, with a time distance from the perspective of today concerning our predecessors in the pantheon of Revivalists.

One of the leading messages of the town describes it even in its nowadays development as a place of textile traditions and textile industry. The Textile Museum in Sliven keeps the industrial and technological history of the development of the town (Димитрова 2021), but is just one of the memory sites related to its modern growth. The central building of the Regional Museum of History as well as the new building for exhibitions, with a laboratory and the museum depository in it - which is, in fact, the first state textile factory, and it was used as a prison over a long period of time - are marked by important moments of the life story of the family of Dobri Zhelyazkov<sup>27</sup>, a significant name in the Bulgarian history. The urban infrastructure, the industrial and the architectural heritage of Sliven are connected to textile (Димитрова 2021). The textile museum is the leading partner in many projects presenting the awareness of the textile industry traditions and aiming at attracting young people’s interest in learning textile technologies and techniques, and also at keeping the tradition not only as knowledge and information, but also as something that can be co-experienced in creative workshops.

The town images are strongly linked to the natural environment – the Balkan Mountains; the mountains are seen and presented not only as a natural asset, but also as a place in which memory places of special significance for the region are rooted. The cultural heritage is integrated in the natural environment; nature as such has become a key element of the local community heritage, like Blue Stones Nature Park, for example. Moreover, the memory sites function today as places where new cultural practices are created and recognised accordingly by devel-

<sup>27</sup> Административната сграда с експозиция на музея е дарение от семейството на фабриканта за музей.

<sup>27</sup> The office building with a museum exhibition in it was donated by the factory owner’s family for a museum.

разгръщане на дейности, които привличат нови посетители<sup>28</sup>. В този контекст се нагласяват в допълнителност образите на града като „старопланински град“ (сливенският вятър например) и социалните репрезентации за града в българската литература (Й. Йовков например), град на 100-те войводи, чийто закрилник е Балканът. Представите за хубавата природа се подкрепят и от новия тип културни наследства, насочващ към храната като културна практика, земеделието и фермерството като културни технологии за разкриване на присъщото за региона. Характерната природна среда е вписана и в отличителни характеристики като текстила, винопроизводството и др.

В рамките на изследването се очертаха и специфики в процесите по изграждане и поддържане на образите на градовете. Очертава се водеща роля на музея в избора и открояването на определени образи на града измежду градските разкази (Русе като европейски град, Сливен като град на гревно археологическо наследство – траките), а други образи и представи за града и областта се изграждат и поддържат в допълнителност чрез мрежа от разнообразни социални актьори. В същата насока могат да се анализират събития и дейности, организирани от Регионалния исторически музей в Русе и партньори като сдружение „Приятел на РИМ – Русе“ (<http://www.museumfriendsbg.org/pages/10/>), образователни институции и музеи от градовете по Дунав, сдружения и културни институти в града и др. Образите на градовете се разчитат и в разнообразните образователни програми на музеите за привличане на ученици и младежи за обучение в местните и регионалните културни наследства (Трифонова-Костадинова 2022), в музейните експозиции и начините и акцентите при представянето на предмети, създаване на разкази и визуализиране на локални специфики (Ненов 2022; Великов 2022) – важен елемент от съвременната култура.

### Заклучение

Понятието културно наследство непрестанно насочва към две логични на интерпретация и

<sup>28</sup> Виж интересни примери в изследвания на Демирев 2021, Рашкова 2022 и др.

oping activities that attract new visitors<sup>28</sup>. This context is enlarged by the images of Sliven as a “Balkan Mountains town” (the Sliven wind, for example) and its representations in the Bulgarian literature (Yordan Yovkov, for example), and “the town of the 100 voyvodes”, whose shelter and supporter were the Balkan Mountains. The image of the beautiful natural setting is widened by the new types of cultural heritage perceiving food as a cultural practice, land farming and animal farming as cultural technologies that can be used to underline the specific characteristics of the region. The local natural environment is integrated in some descriptive features like textile, wine production, etc.

Some specific characteristics of the processes of building and maintaining the town images were identified in the course of the research. The museum plays a leading role in selecting certain town images and helping them stand out among the town narratives (Rousse as a European city; Sliven as a town of the ancient archaeological heritage of the Thracians), while other images and ideas about the town and the region are additionally constructed and maintained through a network of diverse social actors. A similar pattern of analyses can be applied to events and activities organized by the Rousse Regional Museum of History and some of its partners like the Association of Friends of RMH Rousse (<http://www.museumfriendsbg.org/pages/10/>), educational institutions and museums of the towns on the Danube, local associations and cultural institutions, etc. The town images can also be found in the educational museum programs enhancing the awareness of students and young people concerning the local and regional cultural heritage (Трифонова-Костадинова 2022), in the museum exhibitions and in the methods and spotlights used to present objects, in the creation of stories and the visualisation of local features (Ненов 2022; Великов 2022) as an important modern culture constituent.

### Conclusion

The term ‘cultural heritage’ continuously points

<sup>28</sup> For some interesting examples see, the research work of: Демирев 2021, Рашкова 2022 and others.

употреба, които пораждаат напрежение при опитите за тяхното съчетаване, и имат различни акценти. Споделените наследства от общност или група са изразители на тяхната идентичност, разказват и представят чрез словесни и визуални образи важното и значимото, докато индивидуалният пазарен интерес има други логик на развитие и инструментализира наследствата с друга цел (de Grandpré 2007). Високата символна стойност и социална значимост на разказа „кой съм, откъде идвам“ не винаги е в съответствие с принципите на предлагането на културни наследства на пазара и регулирането на интереса въз основа на предлагането и търсенето. В контекста на нарастващите изисквания за опазване на наследствата, мощна тенденция е тяхното интерпретиране като ресурс, който би позволил привличане на необходимите средства за тяхното консервиране и развитие (Gravari-Barbas 2014). Различните гледни точки към културното наследство – като изказ за идентификация с минало и предци, които са важни днес, или като туристически ресурс, позволяват неговото развитие и управление с предпочитание към сферата на политическото или на икономическото (Бокова 2020; Алексиева, Бокова 2013: 99–122, 241–270).

Много важна роля за представяне, интерпретиране и инструментализиране на наследствата в разнообразен контекст имат музеите. Днес те са изправени пред предизвикателствата да представят памет, да отразяват културното разнообразие и да дават свидетелства за културни взаимодействия<sup>29</sup> в контекста на постсо-

to two rationales of interpretation and use that have different key points and generate tension whenever an attempt is made to combine them. Heritage shared by a community or a group is an expression of their identity; it reveals and presents the significant and the substantial by verbal and visual images; the individual market interest, on the other hand, follows different development rationales and pursues a different goal by instrumentalizing heritage (de Grandpré 2007). The high symbolic value and social significance of the story of “who I am and where I come from” does not always match the principles of offering cultural heritage on the market and controlling the interest on the basis of supply and demand. In the context of the growing requirement related to heritage safeguarding, its interpretation as a resource is a powerful trend that would make it possible to obtain the funds necessary for heritage conservation and development (Gravari-Barbas 2014). The different perspectives to cultural heritage – as expressing identification with the past and with ancestors that are still important today, or as a tourist resource – channel its development and management preferences to the political or to the economic sphere (Бокова 2020; Алексиева, Бокова 2013: 99–122, 241–270).

Very important for heritage presentation, interpretation and instrumentalization in a diverse context is the role of the museums. Today they are facing the challenge to present memory, to reveal cultural diversity and to provide evidences of cultural interactions<sup>29</sup> in the context of an ever changing world. They are active participants and leading social actors

<sup>29</sup> Музеите са места на приобщаваща демократизация и полифония, посветени на критически диалог върху миналите времена и бъдещето. Като припознават и засягат конфликтите и предизвикателствата на настоящето, те са съкровищница на артефакти и социални модели. Те опазват разнообразни памет-и за бъдещите поколения и гарантират равни права и равен достъп до наследства на всички народи. Музеите нямат цел печалба. Те са активни и прозрачни участници в процеси, работят в активно сътрудничество с и за разнообразни общности сцела събиране, опазване, изучаване, интерпретиране, експониране и подобряване разбирането на света с идея за подкрепа на човешкото достойнство и социалната справедливост, към равенство в света и благоденствието на планетата. – <https://icom.museum/fr/news/licom-annonce-la-definition-alternative-du-musee-qui-sera-soumise-a-un-vote/>.

<sup>29</sup> Les musées sont des lieux de démocratisation inclusifs et polyphoniques, dédiés au dialogue critique sur les passés et les futurs. Reconnaissant et abordant les conflits et les défis du présent, ils sont les dépositaires d'artefacts et de spécimens pour la société. Ils sauvegardent des mémoires diverses pour les générations futures et garantissent l'égalité des droits et l'égalité d'accès au patrimoine pour tous les peuples. Les musées n'ont pas de but lucratif. Ils sont participatifs et transparents, et travaillent en collaboration active avec et pour diverses communautés afin de collecter, préserver, étudier, interpréter, exposer, et améliorer les compréhensions du monde, dans le but de contribuer à la dignité humaine et à la justice sociale, à l'égalité mondiale et au bien-être planétaire. – <https://icom.museum/fr/news/licom-annonce-la-definition-alternative-du-musee-qui-sera-soumise-a-un-vote/>.

янно изменящ се свят. Те са активни участници и водещи социални актьори в представянето, визуализацията, насърчаване и подкрепа при изграждане на нови взаимоотношения с конкретни общности и територии. Това показват успешно разработени проекти<sup>30</sup>, чиито резултати и тяхното развитие във времето са база за допълнително разгръщане на местата като част от градската структура (крепостите в Русе и Сливен). Но те са само един от множество социални актьори, които взаимодействат с културни ресурси и биха могли да ги превърнат в наследство.

Много изследвания показват, че основна роля за ценностно преосмисляне на наследствата имат местните общности и техни представители. Привличането и включването на местните, на жителите на селище, община или регион обаче, е условие, без което не може да се осъществят избор и процедури по конструиране на културно наследство, независимо от неговата стойност за науката или желанието на външни социални актьори за промяна на ситуацията. Превръщането на представители на местни сдружения, производители, търговци, жители, от наблюдатели в дейтели е условие за разработване на културен ресурс и проектиране на местно развитие в контекста на културните наследства.

Изграждането на мрежа от социални актьори с интерес към наследствата, към културния туризъм и туризма в близост позволява създаване на общ туристически продукт, насочен към „завръщащи се туристи“. Това се оказва забележима тенденция още през 2015–16 г., видима и по време на епидемичната ситуация от средата на 2020 – завръщащите се туристи. Тя дава възможност за опознаване на култури от гледна точка на местните чрез разказите в музея, но пренасяща и към места на събития, възстановки, пред-

in presenting, visualising, promoting and supporting the building of new relations with specific communities and territories. That can be seen in successful projects<sup>30</sup> with outputs and further development that serve as a basis for a broader growth of the sites as elements of the urban structure (the fortresses in Rousse and Sliven). But they are just one of the multitude of social actors interacting with cultural resources that can be transformed into heritage.

Numerous research works indicate that the local communities and their representatives play a key role in heritage reappraisal. Attracting and engaging the local population, the people living in a village, a town, a municipality or a region, however, is a sine qua non of choosing and organising procedures of cultural heritage construction regardless of its research value or of external social actors' desire to change the situation. The transformation of local association representatives, producers, vendors, or residents from observers into actors is a condition needed to start developing a cultural resource and planning the local development in the cultural heritage context.

Building a network of social actors interested in heritage, in cultural tourism and short trip tourism enables the creation of a shared tourist product tailored to the “revisiting tourists”. The trend of revisiting tourists seems to have been noticed even in 2015–16; it was also noticeable during the epidemic situation in the middle of 2020. It offers a possibility to see the local perspective in learning about cultures through museum narratives, but it also relates to venues of events and re-enactments, and opens the way to awareness and co-experience. They talk today about tourism counting on the “ethics of travelling and meeting”; as a matter of fact, the beginning can be in the museum where the information can create awareness that will make it possible to

<sup>30</sup> В Русе проектът е „Възстановяване и социализация на Римска крепост „Сексагинта Приста“, с финансовата подкрепа на ОП „Регионално развитие“ 2011–2013 г., съфинансирана от ЕС чрез ЕФРР. В Сливен това е проект „Във времето и с времето – интегриран проект за развитие на природни, културни и исторически атракции и туристическа инфраструктура в Сливен“, с финансовата подкрепа на ОП „Регионално развитие“ 2007–2013 г., съфинансирана от ЕС чрез ЕФРР.

<sup>30</sup> The project in Rousse was ‘Reconstruction and Socialisation of the Roman Fortress of Sexaginta Prista’, with financial support from OP ‘Regional Development’ 2011 – 2013, co-funded by EU through ERDF. The project in Sliven was ‘Travelling through Time, in Time and with Time - integrated project for the development of natural, cultural and historical attractions and tourist infrastructure in Sliven’, financially supported by OP ‘Regional Development’ 2007 – 2013, co-funded by EU through ERDF

лага познание и съпреживяване. Днес се говори за туризъм, който залага на „етика на пътуването и срещите“, а тяхното начало може да започне в музея с представяне на познание, със създаване на възможност за пораждаване на емоции при срещите с наследствата и включване на посетителите – местни и туристи, в интерактивно общуване и споделяне на преживяното в музея.

**Доц. г-р Ирена Бокова**  
Нов български университет  
Департамент „Антропология“  
ул. „Монтевидео“, 21  
1618 София, БЪЛГАРИЯ  
irena\_bokova@abv.bg

experience emotions when seeing heritage, and to engage the visitors – local people or tourists – in interactive communication and sharing about museum experiences.

**Assoc. Prof. Irena Bokova, PhD**  
New Bulgarian University  
Department of Anthropology  
Montevideo Str., 21  
1618 Sofia BULGARIA  
irena\_bokova@abv.bg

## Литература / References

**Алексиева, Соня 2017.** Парадоксите на културния туризъм (глобални и локални измерения от Марко Поло до Алеко Константинов). – В: *Местната идентичност и глобалният туризъм. Десети черноморски туристически форум*. Варна: Изд. „Славена“.

**Алексиева, Соня, Бокова, Ирена 2013.** Туризъм и културно наследство. София: НБУ.

**Бокова, Ирена 2007.** Град и култури. – *Български фолклор*, 32(1), 5–25.

**Бокова, И. 2016.** Музей и културен пейзаж. – *Български фолклор*, 42(3), 248–265.

**Бокова, И. 2020.** Долен Дунав – културен пейзаж и музейни разкази (по примера на Регионален исторически музей – Русе и Общински исторически музей – Тутракан). – *Известия на Регионален исторически музей – Русе*. Кн. 22. *Стари места – нови празници*. Съст. Ненов, Николай, Искрен Великов. Русе: РИМ – Русе, 2020, 57–71.

**Бокова, Ирена 2021.** Културният пейзаж – музейни разкази и туристически атракции. – В: *Туризмът и глобалните кризи*. Сборник с до-

*клади от Международна научна конференция „Туризмът и глобалните кризи“*. Велико Търново, ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“, Изд. „Ай Анд Би“, 677–686. Достъпно на: Сборник-с-доклади-международна-научна-конференция-Туризмът-и-глобалните-кризи-2021-ВТУ; <https://books.google.bg/books/about?id=EMEqEAAAQBAJ>.

**Бокова, Ирена 2021а.** Градският туризъм – перспективи и предизвикателства в епидемичен контекст. – В: *Рестарт на туризма – нова надежда. Четирнадесети черноморски туристически форум*. Варна, 2021. Варна: Изд. „Фил“, 67–76. Достъпно на: <https://www.blackseatourismforum.com/images/BSFsbornik2021Web.pdf>.

**Бокова, Ирена 2021б.** Културните наследства – между икономика и политика. – В: Сантова, Мила, Ива Станоева, Миглена Иванова, Милена Любенова, Стела Ненова, Даниел Фокас (съст.). *Опазване на културното наследство – анализи, документи, практики*. Сборник с материали от научната конференция „Опазване на културното наследство – анализи, документи, практики“. Со-

фия: Изд. на БАН „Проф. Марин Дринов“, 101–123.

**Бокова, Ирена 2021В.** Нематериално културно наследство и живо наследство – теоретични аспекти и скрити послания. – В: Сантова, Мила, Валентина Ганева-Раїчева, Ива Станоева, Миглена Иванова, Милена Любенова, Стела Ненова, Даниел Фукас (съст.). *Нематериално културно наследство. Актуални проблеми. Сборник с материали от международна научна конференция „Актуални проблеми и изучаването на нематериалното културно наследство и прилагането на Конвенция 2003. Приносът на учените от БАН, посветена на 150-годишнината на БАН. София, 17–18 октомври 2019.* София: Изд. на БАН „Проф. М. Дринов“, 216–224.

**Бокова, Ирена 2021г.** Културни наследства vs туристически атракции. Различният поглед към местните наследства. – В: Ганева-Раїчева, Валентина, Ирена Бокова, Николай Ненов (съст.) 2021. *Местни общности, културни наследства и музеи. Сборник с материали от научна конференция с международно участие „Местни общности, културни наследства и музеи“*, София, 25–26.02.2021 г. София: ИЕФЕМ – БАН, 253–269./ **Vokova, Irena 2021г.** Cultural Heritages vs Tourist Attractions. A Different Perspective on Local Heritages. – In: Ganeva-Raicheva, Valentina, Irena Vokova, Nikolay Nenoff (eds.). *Local Communities, Cultural Heritage and Museums. Collection of Papers from the International Research Conference ‘Local Communities, Cultural Heritage and Museums’* – Sofia, 25–26.02.2021. Sofia: IEFSEM – BAS, 503–520. Достъпно на: <http://iefem.bas.bg/en/local-communities-cultural-heritage.html>.

**Великов, Искрен 2022.** Наследството на Средновековието: музеоложки прочит на археологическите обекти с осигурен туристически достъп в Русенско и Сливенско. – В: Ганева-Раїчева, Валентина, Ирена Бокова, Николай Ненов (съст.). *Културни ресурси, валоризиране на наследства и местно развитие.* София: ИЕФЕМ – БАН. / **Velikov, Iskren 2022.** The Heritage of the Middle Ages: Museological Interpretation of the Archaeological Sites Accessible to Tourists in the Regions of Rousse and Sliven. – In: Ganeva-Raycheva, Valentina, Irena Vokova, Nikolay Nenov (eds.). *Cultural Resources, Heritage*

*Valorisation and Local Development.* Sofia: IEFSEM – BAS, 131–144.

**Ганева-Раїчева, Валентина 2021.** Биокултурно наследство – аспекти на валоризацията му в България. – В: Ганева-Раїчева, Валентина, Ирена Бокова, Николай Ненов (съст.). *Местни общности, културни наследства и музеи. Сборник с материали от научна конференция с международно участие „Местни общности, културни наследства и музеи“*, София, 25–26.02.2021 г. София: ИЕФЕМ – БАН, 234–252. / **Ganeva-Raycheva, Valentina 2021.** Bio-cultural Heritage: Valorization Aspects in Bulgaria. – In: Ganeva-Raycheva, Valentina, Irena Vokova, Nikolay Nenov (eds.). *Local Communities, Cultural Heritage and Museums. Collection of Papers from the International Research Conference ‘Local Communities, Cultural Heritage and Museums’* – Sofia, 25–26.02.2021. Sofia: IEFSEM – BAS, 487–502. Достъпно на: <http://iefem.bas.bg/en/local-communities-cultural-heritage.html>.

**Демурев, Владимир 2021.** Проекции на местното знание и валоризация на наследства. – В: Ганева-Раїчева, Валентина, Ирена Бокова, Николай Ненов (съст.). *Местни общности, културни наследства и музеи. Сборник с материали от научна конференция с международно участие „Местни общности, културни наследства и музеи“*, София, 25–26.02.2021 г. София: ИЕФЕМ – БАН, 168–180. Достъпно на: <http://iefem.bas.bg/en/local-communities-cultural-heritage.html>.

**Димитрова, Тони 2021.** Текстилното индустриално културно наследство на Сливен. – В: Ганева-Раїчева, Валентина, Ирена Бокова, Николай Ненов (съст.) 2021. *Местни общности, културни наследства и музеи.* София: ИЕФЕМ – БАН, 49–62./ **Dimitrova, Toni 2021.** The Cultural Heritage of the Textile Industry in the Town of Sliven. – In: Ganeva-Raycheva, Valentina, Irena Vokova, Nikolay Nenov (eds.). *Local Communities, Cultural Heritage and Museums. Collection of Papers from the International Research Conference ‘Local Communities, Cultural Heritage and Museums’* – Sofia, 25–26.02.2021. Sofia: IEFSEM – BAS, 391–403. Достъпно на: <http://iefem.bas.bg/en/local-communities-cultural-heritage.html>.

**Живи наследства 2020.** Прегизвукателствата пред музея: извънредно положение и

социална комуникация, 2 (3–4). София: РЦОНКНЮЕ, 32–78./ **Living Heritage 2020**. The Challenges Facing the Museum: State of Emergency and Social Communication, 3–4. Sofia: RCSICHSEE, 32–78. Достъпно на [https://www.unesco-centerbg.org/wp-new/wp-content/uploads/2020/01/LH\\_WEB\\_Final\\_Compressed.pdf](https://www.unesco-centerbg.org/wp-new/wp-content/uploads/2020/01/LH_WEB_Final_Compressed.pdf).

**Наумов, Никола, Десислава Варджакочева 2021**. Култура и туризъм по време на пандемия: предизвикателства и перспективи пред културно-историческия туризъм. – В: *Рестарт на туризма – нова надежда. Четирнадесети черноморски туристически форум – Варна, 2021*. Варна: Изд. „Фил“, 77–86. Достъпно на: <https://www.blackseatourismforum.com/images/BSFsbornik2021Web.pdf>.

**Ненов, Николай 2012**. Дунавски пътеводител. – В: *Културни наследства – политически залози и реконструиране на територии*. НБУ: [http://ebox.nbu.bg/ant14/view\\_lesson.php?id=16](http://ebox.nbu.bg/ant14/view_lesson.php?id=16) (28.11.18).

**Ненов, Николай 2016**. Общуване с наследство. В *Търсене на музейни траектории*. София: ИИК „РОД“.

**Ненов, Николай 2019**. По пътя на римските императори и дунавският път на виното – в търсене на местно наследство. – *Български фолклор*. Местни наследства – преосмисляне и трансформация, 2019, 45(3), 259–272.

**Ненов, Николай 2019а**. Живите наследства в репрезентациите на музея. – *Живи наследства*, 1(1–2). София: РЦОНКНЮЕ, 4–18. / **Nenov, Nikolay 2019a**. The Living Heritage in Museum Representations. – *Living Heritage*, 2 (3–4). Sofia: RCSICHSEE, 4–18. Достъпно на: [https://www.unesco-centerbg.org/wp-new/wp-content/uploads/2020/01/LH\\_WEB\\_Final\\_Compressed.pdf](https://www.unesco-centerbg.org/wp-new/wp-content/uploads/2020/01/LH_WEB_Final_Compressed.pdf).

**Ненов, Николай 2020**. Интервю. Предизвикателствата пред музея: извънредно положение и социална комуникация. – *Живи наследства*, 2 (3–4), 45–47. София: РЦОНКНЮЕ, 45–47./ **Nenov, Nikolay 2020**. Interview: The Challenges Facing the Museum: State of Emergency and Social Communication. – *Living Heritage*, 2 (3–4). Sofia: RCSICHSEE, 45–47. Достъпно на: [https://www.unesco-centerbg.org/wp-new/wp-content/uploads/2021/01/LivingHeritage\\_pt3\\_Final.pdf](https://www.unesco-centerbg.org/wp-new/wp-content/uploads/2021/01/LivingHeritage_pt3_Final.pdf).

Final.pdf.

**Ненов, Николай 2022**. Образи на наследство и мотиви в музейни репрезентации в Сливен и Русе. – В: Ганева-Раичева, Валентина, Ирена Бокова, Николай Ненов (съст.). *Културни ресурси, валоризиране на наследства и местно развитие*. София: ИЕФЕМ – БАН. / **Nikolay Nenov 2022**. Heritage Images and Patterns in the Museum Exhibitions in Sliven and Rousse. – In: Ganeva-Raycheva, Valentina, Irena Bokova, Nikolay Nenov (eds.). *Cultural Resources, Heritage Valorization and Local Development*. Sofia: IEFSEM – BAS, 104–130.

**Попов, Иво 2016**. Съвременни тенденции в експозиционния дизайн на музеите. – *Български фолклор*, 42(3), 295–311.

**Постагжиян, Кристиан 2022**. Популяризиране на културното наследство чрез изграждане на активни взаимоотношения с целевите публики на музеите. – В: Ганева-Раичева, Валентина, Ирена Бокова, Николай Ненов (съст.) *Културни ресурси, валоризиране на наследства и местно развитие*. София: ИЕФЕМ – БАН. / **Postagian, Christian 2022**. Building Active Relationships with Museum Target Audiences as a Tool to Promote Cultural Heritage. – In: Ganeva-Raycheva, Valentina, Irena Bokova, Nikolay Nenov (eds.). *Cultural Resources, Heritage Valorization and Local Development*. Sofia: IEFSEM – BAS, 173–202.

**Рашкова, Наталия 2022**. Фолклорното наследство като локална културна ценност – осъзнаване, представяне, преживяване. – В: Ганева-Раичева, Валентина, Ирена Бокова, Николай Ненов (съст.) 2022. *Културни ресурси, валоризиране на наследства и местно развитие*. София: ИЕФЕМ – БАН. / **Natalia Rashkova 2022**. Folklore Heritage as a Local Cultural Asset: Awareness, Presentation, Experience. – In: Ganeva-Raycheva, Valentina, Irena Bokova, Nikolay Nenov (eds.). *Cultural Resources, Heritage Valorization and Local Development*. Sofia: IEFSEM – BAS, 43–73.

**Савова, Кристина 2022**. Архетипове и кодове: Взаимодействието на модните дизайнери с културното наследство на бранда. – В: *Сборник научни публикации на департаменти „Дизайн“, „Архитектура“ и „Изящни изкуства“*. НБУ, 7/ 2020–2021.

**Савова, Кристина 2022а**. Взаимодействие

то културно наследство – творчество: как модните дизайнери преоткриват културното наследство като съвременен дизайн. – *Български фолклор*, 2021, 47 (4) (пог печат).

**Сантова, Мила 2001.** *Култура и традиция на малкия град*. София: Академично издателство „Проф. М. Дринов“.

**Сантова, Мила 2001а.** Карнавалът в Бенш – проблеми на кодификацията. – *Български фолклор*, 32(1), 22–27.

**Сураков, Николай 2021.** Виното – традиция, наследена от траките (Пример от Сливенско). – В: Ганева-Райчева, Валентина, Ирена Бокова, Николай Ненов (съст.). *Местни общности, културни наследства и музеи. Сборник с материали от научна конференция с международно участие „Местни общности, културни наследства и музеи“*, София, 25–26.02.2021 г. София: ИЕФЕМ – БАН, 222–233. / **Nikolay Sirakov.** Wine: a Tradition Inherited from the Thracians (an Example from the Sliven Region). – In: Ganeva-Raycheva, Valentina, Irena Bokova, Nikolay Nenov (eds.). *Local Communities, Cultural Heritage and Museums. Collection of Papers from the International Research Conference 'Local Communities, Cultural Heritage and Museums'* – Sofia, 25–26.02.2021. Sofia: IEFSEM – BAS, 476–486. Достъпно на: <http://iefem.bas.bg/en/local-communities-cultural-heritage.html>.

**Сураков, Николай 2022.** Бленуваният свят на траките. – В: Ганева-Райчева, Валентина, Ирена Бокова, Николай Ненов (съст.). *Културни ресурси, валоризиране на наследства и местно развитие*. София: ИЕФЕМ – БАН. / **Nikolay Sirakov 2022.** The World the Thracians Craved For. – In: Ganeva-Raycheva, Valentina, Irena Bokova, Nikolay Nenov (eds.). *Cultural Resources, Heritage Valorization and Local Development*. Sofia: IEFSEM – BAS, 74–103.

**Трифонова-Костадинова, Силвия 2022.** Обучение в наследство: музейни помагала и образователни програми в регионалните исторически музеи в Русе и Сливен. – В: Ганева-Райчева, Валентина, Ирена Бокова, Николай Ненов (съст.). *Културни ресурси, валоризиране на наследства и местно развитие*. София: ИЕФЕМ – БАН. / **Trifonova-Kostadinova, Silviya 2022.** Teaching Heritage: Museum Teaching Aids and Educational Programs in the Regional

*Museums of History in Rousse and Sliven.* – In: Ganeva-Raycheva, Valentina, Irena Bokova, Nikolay Nenov (eds.). *Cultural Resources, Heritage Valorization and Local Development*. Sofia: IEFSEM – BAS, 145–172.

**Augé, Marc 1997.** *L'impossible voyage: le tourisme et ses images*. Eds. Payot et Rivages.

**Augé, Marc, Jean-Paul Colley 2009.** *L'anthropologie*. PUF, 2009.

**Babadzan, Alain 2001** Les usages sociaux du patrimoine. – *Miroirs identitaires. Ethnologies comparées, 2*, Université Paul Valéry Montpellier – <https://lersem.www.univ-montp3.fr/fr/revue-num%C3%A9ro-2/les-usages-sociaux-du-patrimoine-alain-babadzan> (7.05.2020).

**Barrure, Christian, Cyril Hédouin 2014.** Du capital culturel aux patrimoines culturels. – *Revue d'Économie Régionale & Urbaine*, No. 5, 801–824. – <https://www.cairn.info/revue-d-economie-regionale-et-urbaine-2014-5-page-801.htm> (15.11.2021).

**Benhamou, Françoise 2010.** L'inscription au patrimoine mondial de 'humanité: La force d'un langage a l'appui d'une promesse de développement. – *Revue Tiers Monde*, 202(2), 113–130.

**Berard, Laurant, Pierre Marchenay 2000.** Le vivant, le culturel et le marchand. – In: *Vives campagnes: le patrimoine rural, projet de société*. Paris: Autrement. – [https://www.iamm.ciheam.org/ress\\_doc/opac\\_css/index.php?lvl=notice\\_display&id=13111](https://www.iamm.ciheam.org/ress_doc/opac_css/index.php?lvl=notice_display&id=13111) (21.11.2018).

**Bondaz, Julien, Cyril Isnart et Anans Leblon 2012.** Au-delà du consensus patrimonial. Résistances et usages contestataires du patrimoine. – *Civilisations*, vol. 61, no 1. <http://journals.openedition.org/civilisations/3113> (16.08.2019)

**Bortolotto, Chiara (dir.) 2011.** *Le patrimoine culturel immatériel : Enjeux d'une nouvelle catégorie*. Nouvelle édition [en ligne]. Paris : Éditions de la Maison des sciences de l'homme. – <http://books.openedition.org/editionsmsh/3545>

**Bouquillion, Philippe 2012:** Les industries et l'économie créatives, un nouveau grand projet? – In: *Creative economy, creative industries: des notions à traduire*. Vincennes: Presses universitaires de Vincennes, 5–46. – <https://www.cairn.info/creative-economy-creative-industries-des-notions---page-5.htm> (10.09.2019).

**Bouquillion, Philippe 2010.** Industries, économie créatives et technologies d'information et de communication. – *tic&société*, Vol. 4, No 2 –<http://journals.openedition.org/ticetsociete/876> ;

**Briot, Eugénie 2014:** Chapitre 1. Le patrimoine des industries du luxe. – In: *Marketing du luxe. Stratégies innovantes et nouvelles pratiques*. Caen: EMS Editions, Regards sur la pratique, 15–31. – <https://www.cairn.info/marketing-du-luxe--9782847695762-page-15.htm> (28.11.2019).

**Cameron, Christina, Judith Herrmann 2014.** Procus-verbal. Une exploration de la valeur culturelle des sites naturels dans le contexte du patrimoine mondial. *La Table ronde*, organisée et financée par la Chaire de recherche du Canada en patrimoine bâti: [https://papyrus.bib.umontreal.ca/xmlui/bitstream/handle/1866/21486/Chaire%20Canada%20patrimoine%20bati\\_2014\\_Proces-verbal.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://papyrus.bib.umontreal.ca/xmlui/bitstream/handle/1866/21486/Chaire%20Canada%20patrimoine%20bati_2014_Proces-verbal.pdf?sequence=1&isAllowed=y) (7.12.2019)

**Cousin, Saskia 2019.** Tourisme, mondialisation et usages sociaux des savoirs. Une anthropologie de la vulgarisation. – In: Emmanuelle Peyvel (dir.). *L'éducation au voyage. Pratiques touristiques et circulations des saviors*. PUR – [https://www.researchgate.net/publication/350089658\\_Tourisme\\_mondialisation\\_et\\_usages\\_sociaux\\_des\\_savoirs\\_Une\\_anthropologie\\_de\\_la\\_vulgarisation](https://www.researchgate.net/publication/350089658_Tourisme_mondialisation_et_usages_sociaux_des_savoirs_Une_anthropologie_de_la_vulgarisation)

**Cousin, Saskia 2008.** L'UNESCO et la doctrine du tourisme culturel. Généalogie d'un bon tourisme. – *Civilisations*, vol. 57, No 1, 46-51.

**Cousin, Saskia, Thomas Apchain 2016.** Tourisme et anthropologie : un tango de de l'altérité". – *Mondes du Tourisme* [Online], 12 – <http://journals.openedition.org/tourisme/1320> (21.08.2021)

**Davallon, Jean 2019.** Les paysages, patrimoine européen? In: *Culture & Musées*, N° 33: <http://journals.openedition.org/culturemusees/2748> (25.01.2020)

**Davallon, Jean (sous la dir.) 2003.** Introduction. – *Culture & Musées, 1. Nouveaux regards sur le patrimoine* (sous la direction de Jean Davallon), 13–18. – [https://www.persee.fr/issue/pumus\\_1766-2923\\_2003\\_num\\_1\\_1](https://www.persee.fr/issue/pumus_1766-2923_2003_num_1_1) (7.05.2020).

**Davallon, Jean 2000.** Le patrimoine : "une filiation inversée" ? – In: *Espaces Temps*, 74-75. Transmettre aujourd'hui. Retour vers le futur, pp. 6–16. – <https://>

[www.persee.fr/docAsPDF/espaspat\\_0339-3267\\_2000\\_num\\_74\\_1\\_4083.pdf](http://www.persee.fr/docAsPDF/espaspat_0339-3267_2000_num_74_1_4083.pdf)

**De Grandpré, François 2007.** Attractions, attractions et produits touristiques: trois concepts distincts dans le contexte d'un développement touristique régional. – *Théoros*, 26–29. – <https://journals.openedition.org/teoros/106> (3.02.2021).

**De Clippele, Marie-Sophie 2018.** Du bien culturel à la marchandise et de l'économie au droit. Libres propos d'une juriste autour d'*Enrichissement. Une critique de la marchandise* de Luc Boltanski et Arnaud Esquerre. – *Revue interdisciplinaire d'études juridiques*, vol. 80, No 1, 167–205. – <https://www.cairn.info/revue-interdisciplinaire-d-etudes-juridiques-2018-1-page-167.htm> (23.11.2021).

**Delaplace, Marie, Pierre-Olaf Schut and Nacima Baron 2020.** Coprésences, conflits, complémentarités dans les usages des lieux par les touristes et les habitants. – *Téoros* (Online), 1, 39. – <http://journals.openedition.org/teoros/3910> (3.02.2021).

**Descolla, Philippe 2015.** *Par delà nature et culture*. Eds. Gallimard.

**Desvallées, André 1995.** Emergence et cheminements du mot patrimoine. – *Musées et collections publiques en France* (208-3): 6–29; cum. no: **Ortar, Nathalie 2002.** *Campagnes et patrimoine: aux origines de ces notions. Du passé au présent du patrimoine. Conclusion*. – *ethnographiques.org* No 2 / octobre (21.06.2015).

**De Saint-Pierre, Caroline 2014.** *Introduction. La ville patrimoine. Formes, logiques, enjeux et stratégies*. Rennes: Presses universitaires de Rennes.

**Fabre, Daniel (ed.) 2013.** Introduction. Le patrimoine porté par l'émotion. – *Emotions patrimoniales*. *Ethnologies*. Eds de la MSH, 13–98. – <https://books.openedition.org/editionsms/3585>

**Fabre, Daniel 2010.** Introduction: Habiter les monuments. – *Terrain*. – <http://terrain.revues.org/index13888.html> (19.10.2019).

**Fabre, Daniel 2006.** *Le patrimoine culturel immatériel. Notes sur la conjoncture française*. Article accompagnant la remise du rapport d'étude de Gaetano Ciarcia, La perte durable, à la Mission à l'ethnologie (Dapa, Ministère de la culture). – [http://www.iic.cnr.fr/IMG/pdf/D.\\_Fabre\\_oct\\_2006.pdf](http://www.iic.cnr.fr/IMG/pdf/D._Fabre_oct_2006.pdf) (10.09.2019).

**Fabre, Daniel 1997.** Le patrimoine ethnologique. – *Science et conscience du patrimoine*. P. Nora (sous la dir. de). Paris: Eds. du Patrimoine, 59–72.

**Fagnoni, Edith 2013.** Patrimoine versus mondialisation? – *Revue Géographique de l'Est* [En ligne], vol. 53, 3–4. – <http://journals.openedition.org/rge/5048> (29.11.2021)

**Gravari-Barbas, Maria (coordinatrice de l'ARP PACT) 2014.** Nouveaux défis pour le patrimoine culturel. Atelier de réflexion prospective. *Rapport Final*, 113–114. – [https://www.pantheonsorbonne.fr/fileadmin/Colloques\\_IREST/Rapport\\_final\\_29\\_04\\_14.pdf](https://www.pantheonsorbonne.fr/fileadmin/Colloques_IREST/Rapport_final_29_04_14.pdf).

**Isnart, Cyril 2016.** Anthropologie du patrimoine. – *Encyclopaedia Universalis*.

**Klein, Juan-Luis, Diane-Gabrielle Tremblay, Laurent Sauvage, Wilfredo Angulo et Leila Ghaffari 2020.** Culture de proximité et développement local: vers une grille de la vitalité culturelle des quartiers à Montréal. *Revue Interventions économiques*, 63. – <http://journals.openedition.org/interventionseconomiques/9566>

**Mitchell, Nora, Mechthild Rüssler, Pierre-Marie Tricaud (auteurs/rédacteurs) 2011.** Paysages culturels du patrimoine mondial. Guide pratique de conservation et de gestion. – *Cahiers du patrimoine mondial de l'UNESCO*, N: 26.: <http://whc.unesco.org>

**Michaud, Jean 2001.** Anthropologie, tourisme et sociétés locales au fil des textes. Introduction. – *Anthropologie et Sociétés*, 25 (2), 15–33.

**Micoud, André 1996.** Musée et patrimoine: deux types de rapport aux choses et au temps? – *Hermus, La Revue*, 2 (20), 115–123.

**Micoud, André 2004.** Des patrimoines aux territoires durables: Ethnologie et écologie dans les campagnes françaises. – *Ethnologie française*, 34 (1), 13–22.

**Pecot, Fabien, Virginie de Barnier 2015.** Stratégies de marques de ville basées sur le patrimoine de marque: le rôle des symboles. – *Management & Avenir*, vol. 4, N° 78, 143–159. – <https://www.cairn.info/revue-management-et-avenir-2015-4-page-143.htm> (22.10.2019).

**Pecot, Fabien, Charles Dominique, Virginie De Barnier 2017.** Patrimoine de marque: le passé au

service du management de la marque. *Recherche et Applications en Marketing*: [http://eprints.whiterose.ac.uk/122539/1/RAM\\_finale\\_Patrimoine\\_de\\_marque.pdf](http://eprints.whiterose.ac.uk/122539/1/RAM_finale_Patrimoine_de_marque.pdf).

**Perticoz, Lucien 2012.** Les industries culturelles en mutation: des modules en question. – *Revue française des sciences de l'information et de la communication*. La théorie des industries culturelles (et informationnelles), composante des SIC, No 1. – <http://journals.openedition.org/rfsic/112> (14.10.2019).

**Prigent, Lionnel 2011.** Le patrimoine mondial est-il un mirage économique? Les enjeux contrastés du développement touristique. – *Téoros*, vol. 30, N° 2, 6–16. – <https://www.erudit.org/fr/revues/teoros/2011-v30-n2-teoros0270/1012237ar.pdf> (03.11.2019).

**Saidi, Habib 2010.** De la culture touristique au tourisme patrimonial. – *Ethnologies*, Volume 32, No 2, 5–22. – <https://www.erudit.org/fr/revues/ethno/2010-v32-n2-ethno5003573/1006303ar/>.

**Salin, Elodie 2018.** Tourisme et paysages culturels: comparaison de la Valeur universelle exceptionnelle et de la mise en récit institutionnelle (UNESCO) de trois sites latino-américains. – In: *IdeAs* (En ligne), 12, Automne/ Hiver: <http://journals.openedition.org/ideas/3655> (28.06.2020).

**Tardy, Cécile and Michel Rautenberg 2013.** Patrimoines culturel et naturel: Analyse des patrimonialisations. – *Culture & Musées* [Online], Hors-série – <http://journals.openedition.org/culturemusees/734> (20.06.20).

**Tornatore, Jean-Louis 2011.** Du patrimoine ethnologique au patrimoine culturel immatériel: suivre la voie politique de l'immatérialité culturelle, 213–321. – In: Bortolotto, Chiara (dir.). *Le patrimoine culturel immatériel: Enjeux d'une nouvelle catégorie*. Nouvelle édition [en ligne]. Paris: Editions de la Maison des sciences de l'homme. – <http://books.openedition.org/editionsmsh/3545>

**Tornatore, Jean-Louis 2017.** Patrimoine vivant et contributions citoyennes. Penser le patrimoine "devant" l'Anthropocène. – *In Situ*, 33. – <http://journals.openedition.org/insitu/15606> (7.05.2020).

**Tornatore, Jean-Louis (sous la dir.) 2019.** *Le patrimoine comme expérience. Implications anthropologiques*. Paris: Fondation Maison des sciences

de l'homme.

**Verdugo, Felipe 2017.** Industries créatives, diversité et politiques culturelles. – *Revue Interventions économiques*, No 57. – <http://journals.openedition.org/interventionseconomiques/3128> (11.12.2019).

**Viceriat, Patrick, Claude Origet Du Cluzeau 2021.** Les impacts de la pandémie sur le tourisme mondial a court, moyen et long terme. – *Espaces*, 358, janvier-février, 93–100.

**Voirol, Olivier 2011.** Retour sur l'industrie culturelle. – *Réseaux*, 2, No 166, 125–15 – <https://www.cairn.info/revue-reseaux-2011-2-page-125.htm> (16.12.2019).

#### Интернет източници / Internet Sources

Туризм БГ Сливен – <https://www.youtube.com/>

[watch?v=hX6J8Uru\\_uQ](https://www.youtube.com/watch?v=hX6J8Uru_uQ).

„Сливен сега“ – <https://slivensega.wordpress.com/2019/11/29/ученици-от-художествена-та-гимназия-в/>.

Обществен дарителски фонд – Сливен (<https://fund-sliven.org/>).

Приятели на музея (РИМ – Русе) – <http://www.museumfriendsbg.org/pages/10/>),

Разкажи ми история (РИМ – Сливен) – (<https://www.facebook.com/futuremecontest>).

Как да покажем социализма в музея (РИМ – Русе) – <https://www.facebook.com/kak-ga-pokaжем-социализма-в-музея-109084684068268/>).

ОСДЕ – <http://www.oecd.org/>

Patrimoine culturel 2018. Patrimoine culturel et villes durables 2018. – <http://www.agenda21culture.net> (29.11.2019).

# Фолклорното наследство като локална културна ценност – осъзнаване, представяне, преживяване

Наталия Рашкова

**Резюме:** Текстът откроява ценностния статут на фолклорната култура или на наследени елементи от фолклорната традиция в съвременния културен и социален живот на локалните общности. Търсят се отговори на въпросите какво от това културно наследство е ценно за съвременния човек, как то придобива стойност и се припознава като значим израз на културна принадлежност и специфика за определени общности от хора, как стремежът към съхранение и ползване на фолклорното наследство се реализира в институции и организационни форми. Показват се начини за локално културно себеизразяване чрез представата за местни фолклорни традиции.

**Ключови думи:** локални общности, фолклорно наследство, читалищна самодейност, фолклорни събори, фолклор и съвременност

Във връзка с участието ми в научноизследователския проект „Културни ресурси, валоризиране на наследства и местно развитие“<sup>1</sup> имах възможност през периода 2018–2020 г. да проведа теренни проучвания на територията на областите Русе и Сливен. Проблематиката на проекта определи посоката на погледа ми към фолклорната традиция днес – да се открие ценностният статут на фолклорната култура или на наследени елементи от фолклорната традиция в съвременния културен и социален живот на локалните общности, присъствието ѝ в местни събития и изяви.

Традиционната фолклорна култура като системна цялост е останала назад във времето. До нас достигат отделни образци на фолклорното знание и практика – музикални, танцови, словес-

<sup>1</sup> Проектът „Културни ресурси, валоризиране на наследства и местно развитие“ е финансиран от Фонд „Научни изследвания“ (ДН 20/12 от 20.12.2017 г.).

# Folklore Heritage as a Local Cultural Asset: Awareness, Presentation, Experience

Natalia Rashkova

**Summary:** This text highlights the value status of folklore culture or of folklore tradition elements inherited by local communities in their current cultural and social life. It is looking for answers to the questions of what elements of that cultural heritage does modern man value; what way does that heritage become valuable and recognized as a major expression of cultural belonging and character for certain communities; what is the response of institutions and organizational forms to the desire to preserve and use folklore heritage. Examples are given to show approaches to cultural self-expression through the concept of local folklore traditions.

**Keywords:** local communities, folklore heritage, community cultural centre amateur art, folklore fairs, folklore and modern times

My participation in the research project ‘Cultural Resources, Valorisation of Heritage and Local Development’<sup>1</sup> enabled me to do field research in the regions of Rousse and Sliven between 2018 and 2020. The project theme determined my perspective to the folklore tradition as it is today: my focus was on identifying the value status of the folklore culture or of inherited elements of the folklore tradition in the modern social and cultural life of local communities, and on seeing its presence in local events and performances.

The traditional folklore culture in its systematic completeness has turned into a thing of the past. What has reached us includes some partial fragments of the folklore knowledge and practice: music, dances, verbal structures and elements of ritual practices existing in a cultural environment that has been changed. And here comes a question: what is the way to define the value of folklore tradition elements that should stay in the modern cultural practice; what is the direction – “down-upside”, i.e. from the inside, from the community members who are that culture bearers and suc-

<sup>1</sup> The project ‘Cultural Resources, Valorization of Heritage and Local Development’ was funded by the National Science Fund (DN 20/12 of 20.12.2017).

ни, елементи от обредни практики, които съществуват във вече променена културна среда. Тук възниква въпросът как се определя ценността на елементи от фолклорната традиция, които да останат в съвременната културна практика, каква е посоката – „отдолу“/отвътре, от членовете на общността, носители и наследници на културата; или „отгоре“/отвън, от специалисти, стимулиращи изявата на определени културни елементи като специфични и характерни за съответна локална общност. В контекста на проектната проблематика възникват въпроси – дали това културно наследство е в процес на обезценяване или на остойностяване, какво от неговото съдържание е ценно за съвременния човек, как то придобива стойност и се припознава като значим израз на културна принадлежност и специфика за определени общности от хора, как стремежът към съхранение и ползване на фолклорното наследство се реализира в институции и организационни форми. Възможно ли е деликатно съчетаване и съ-съществуване на стари традиции в нова интерпретация, къде е границата между опазването на „старината“ и „развиването“ ѝ според вкусовете и разбиранията на поредното ново поколение? Доколко определящо е влиянието на провежданите от властите и институциите културни политики?

Проведените теренни изследвания и натрупаната информация в търсенето на поредните отговори на постоянно актуализиращата се проблематика добавят нови щрихи към осъзнаването, представянето и преживяването на фолклорното наследство като значимо и днес в живота на локалните общности. Върху примери от избраната за теренна работа изследователска територия (Русенско и Сливенско) се разглежда осезаемото присъствие на фолклорни дейности и изяви в културния живот на отделно селище или регион. То е свързано с развитие на подходящи институционални форми, привличащи местни участници – стимулиране на читалищни групи, индивидуално обучение, предаване на наследството с придържане към въображаема „автентичност“. Специален изследователски

cessors, or “upside-down”, i.e. from the outside, from professionals, who encourage the manifestation of certain cultural elements as specific and descriptive to a certain local community. There are questions arising in the context of the matters covered by the project: is that cultural heritage going through a process of devaluation or through a process of valorisation; what part of its content is valuable for modern people; what way does it become valuable and how does it get recognised as a major expression of the cultural belonging and nature of certain communities; how is the aspiration to preserve and use folklore heritage fulfilled by institutions and organizational forms? Is it possible to achieve a delicate combination and coexistence of old traditions in new interpretations; where is the border line between preserving the “original” and “developing” it to the tastes and concepts of every new generation? Do the cultural policies implemented by authorities and institutions have any significant effect?

The field research and the information accumulated in the process of finding answers to the continuously varying problematics added new details to appreciating, presenting and experiencing the folklore heritage as important in today’s life of local communities. Examples from the regions (Rousse and Sliven) chosen for the research were used to study the perceptible presence of folklore activities and performances in the cultural life of a village or a region. That presence is related to the development of adequate institutional forms attracting local participants, such as incentives for amateur groups in community cultural centres, mentoring, and transfer of heritage while observing some imaginary “authenticity”.

A special research focus were the organised cultural events with “folk traditions” and “folk art” in the lime light, such as folklore fairs and festivals. A study of their specific features may reveal value-related aspects of differing levels and components. The public performance at a fair and the attention to the folklore culture gives an impulse to the participants and the local people to value and recognize their cultural assets. In other words, there is a process of valorisation (growing value of the local traditional culture) that involves municipal and state structures as well as community initiatives, and that process attracts publicity.

обект са и организираниите културни събития с насоченост към „народните традиции“, „народното творчество“ – фолклорните събори и фестивали. Чрез изследването на специфичните им характеристики е възможно да се открият ценностни аспекти от различен порядък и с разнообразно съдържание. Изявата на събора и вниманието към фолклорната им култура импулсира участниците и местните жители да ценят и припознават културните си притежания. С други думи, протича процес на валоризация (повишаване на ценността на местната традиционна култура) – процес, в който се включват общински и държавни структури, граждански инициативи и се привлича общественото внимание. Фолклорните събори по места придобиват значимост за трансмисия на локалната идентичност сред местни жители и външни посетители.

### **Фолклорът – културна ценност и наследство (примери от Русенско)**

Културологични анализи по въпроса за мястото на фолклора в различни „съвременности“ изтъкват променливост и динамика на съдържанието и обхвата на понятието, на механизмите на изява, идентифициране на елементи, функциониране, взаимодействие между фолклорна и нефолклорна култура и пр.

Традиционната култура в българските условия по принцип и по наследство притежава висок социален статус. Фолклорът за жителите на селата е ценност по презумпция, това е наследено културно себеизразяване на местните общности. Сред тях не е изгубена представата за фолклора като базова част от местната култура. Чрез него те изразяват своята културна самоидентификация и локална принадлежност. Осъзнаването на стойността му е естествена връзка с миналото на общността, „избор на „минало“, с което е необходимо да сме свързани: като памет и като респект“ (Бокова 2013: 113). Тук по свой начин е замесена и продължително съществуващата идеологическа платформа на социалистическата култура, „в която фолклорната традиция е призната и необходима ценност

The local folklore fairs have a growing significance in terms of spreading the sense of local identity among local residents and visitors.

### **Folklore: a cultural asset and heritage (examples from Rousse region)**

Culture study analyses of the place folklore has in various kinds of “contemporaneity” point out the changeability and alterations of the term content and scope, of the manifestation approaches, the identification of elements, the functioning, the interaction between folklore and non-folklore culture and so on.

As a general rule and as an inherited attitude, the traditional culture in the Bulgarian conditions enjoys a high social status. For the rural population, folklore is a presumed asset; it is the inherited cultural self-expression of the local communities. They have not lost the concept of folklore as a fundamental part of the local culture. For them, it is a vehicle to express their cultural self-identification and local belonging. Being aware of its value is a natural connection to the past times of the community, a ‘choice of “past” with which we need to be related: as memory and as respect’ (Бокова 2013: 113). A specific role here belongs to the long past existence of the ideological platform of the socialist culture, ‘in which the folklore tradition is a recognized and necessary asset featuring its own functions and capabilities, and there is an objective need of it as heritage’ (ЖуВков 1981: 274). The updating of the folklore traditions in that period is explained by the desire of the population ‘educated in folklore aestheticism’ to be socially active (the same source). Furthermore, it is worth mentioning that the dozens of folklore fairs that were organized arose interest in learning more about folklore. On the other hand, the social need to have cultural forms shaped around collective values and manifestations generated the amateur art movement. The cultural process and form of that movement was perceived as urban culture (ЖуВков 1981: 305); nevertheless, much of it was focused on reproducing folklore heritage elements and on folklore-based art. That was a process guided and managed by administrative institutions established for that purpose, by instruction manuals, methodological and other specialised literature. A modern research glimpse into the

със свои функции, свои възможности, обективно необходима като наследство“ (Живков 1981: 274). Актуализацията на фолклорните традиции тогава се отгава на стремежа към социална активност на население с „фолклорно естетическо образование“ (нак там). Следва да се отбележи и организирането на десетки фолклорни събори, формирали интерес към опознаването на фолклора. Същевременно в отговор на обществената необходимост от форми на културата, ориентирани към колективни ценности и изява, се разгръща движението за любителско творчество (художествена самодейност). Като културен процес и форма то е възприемано като плод на градската култура (Живков 1981: 305), но значителен дял е посветен на възпроизвеждане на елементи от фолклорното наследство и на изкуство на фолклорна основа. Този процес е направляван и управляван от специално създадени административни институции, инструкции, методически и други специализирани издания. Съвременният изследователски поглед към културното инженерство, управлението и формите на художествената самодейност през социалистическия период в средата на ХХ в. документално и аналитично откроява свързаната с фолклора музикална самодейност. Отчетена е огромната роля на самодейността „за промяна в представата за това що е то „музикален фолклор“ в масовото съзнание и за промяна в съществуването и представянето на музикални образци от традиционната селска музика“ (Найденова 2016: 49). През първото десетилетие след налагането на социалистическия модел общата задача за представяне на „творчеството на народа“ води до смислово изравняване между „художествена самодейност“ и „фолклор“ (Найденова 2017: 21).

Наблюденията днес на такъв тип културни практики в различни региони показват, че създадените и утвърдени през социализма форми на привличане на населението към изкуство и култура са достатъчно устойчиви, за да просъществуват и през последните три десетилетия след общественно-политическата промяна през 1989 г. Тук особено силна е ролята и неизменно-

cultural engineering and the amateur art management and forms in the socialist era in the middle of the 20<sup>th</sup> century discovers the documented and analytical link between the amateur music and the folklore. There is also recognition of the enormous role amateur art played in ‘changing the idea of what “music folklore” was in the mass concept, and also in changes affecting the existence and the presentation of traditional rural music pieces’ (Найденова 2016: 49). In the first decade of the forceful domination of the socialist model, the general task to present «the art of the people» led to the semantic parity of ‘amateur art’ and ‘folklore’ (Найденова 2017: 21).

Present day observations on such type of cultural practices in various regions indicate that the sustainability of the approaches created and strengthened in the socialist period in order to attract people to arts and culture has been sufficient to last even in the latest three decades following the 1989 social and political transformations. A critical role in that process was played by the invariable presence of the institution of the *chitalishte* (community cultural centre) as democratic associations that keep on preserving and developing cultural life in small places. The link between cultural centres and the preservation of the local folklore as ‘living heritage’ is widely known; it is shown in retrospection from their emergence in the middle of the 19<sup>th</sup> century till their modern development (see Ненова 2016). The communities ‘process in their own way the processes running in their own culture till they start perceiving it as heritage, which generates the need of preserving it in conditions that have already been changed, and in a new context’ (Ненова 2016: 54).

The *chitalishte* institution is a home offering existence to companies presenting stage & concert amateur art including “reconstruction” of folklore heritage elements. Music and dance tradition forms existed in the village cultural centre productions even in the time when traditional and modern culture functioned simultaneously in the village environment. The *chitalishte* stage became one of the first places where folklore music was taken out of its functional context so that it was purposefully presented to the audience as a cultural product (Ненова 2016: 46). Several decades

то присъствие на читалищната институция като граждански тип сдружение, което прогълта да поддържа и развива културния живот в малките селища. Връзката на читалищата със съхраняването на фолклора като „жива старина“, с опазването на местното наследство е добре известна и показана в ретроспекция от появата им в средата на XIX в. до съвременния етап в развитието им (вж. Ненова 2016). Самите общности „преработват по свой начин процесите в собствената си култура и в един момент сами започват да я осмислят като наследство, което поражда необходимостта от нейното съхранение във вече изменени условия и в нов контекст“ (Ненова 2016: 54).

Читалищната институция е дом за съществуване на формации за представяне на различни сфери на любителското изкуство в сценично-концертна практика, сред които и „пресъздаването“ на елементи от фолклорното наследство. Форми на музикална и танцова традиция присъстват в селските читалищни прояви още във времето на синхронно функциониране на традиционната и модерната култура в селищната среда. Именно читалищната сцена се превръща в едно от първите места, където фолклорната музика е изведена от функционалния си контекст и целенасочено представена пред публика като културен продукт (Ненова 2016: 46). Десетилетия по-късно, когато индивидуални изпълнители, певчески, инструментални и танцови групи, възпроизвеждат образци от традиционната култура „от извора“, по силата на социокултурните условия, очакванията на публиката и звуковата среда те се подчиняват на необходимостта от актуализация, осъвременяване, сценична адаптация. Увеличаването на възможностите за сценична изява развива тенденции към разнообразяване на репертоара, към изпълняване на авторски обработки на фолклор (Джигжев 2009: 100–101). Според един от най-добрите познавачи и изследователи на съвременните процеси в трансформацията на фолклора, фолклорното наследство, „разпространяващо се при съвременните условия предимно в сценична обстановка“, е поста-

later, when solo performers, singing, instrumental and dance companies reproduce pieces of the traditional culture “from the source”, driven by the social and cultural milieu, the audience expectations and the sound setting, they obey the need to go through updating and stage adaptation. The growing stage performance possibilities generate trends of repertoire diversity and copyrighted folklore arrangements (Джигжев 2009: 100–101). According to one of the best experts and researchers of modern folklore transformation processes, the folklore heritage that is ‘disseminated above all as stage art in the modern conditions’ is facing the alternative of either ‘getting used to live on the stage, accepting and creatively employing its high art standards’, or ‘vegetating by being reproduced only as a museum object’ (Джигжев 2009: 106). Parallel to those public heritage sustaining approaches, we also have the nuances of the personal or community experience, and the choice of cultural self-expression.

Two cases observed during the fieldwork in Rouse region demonstrated different approaches to folklore performances shown by communities living in small places (villages and a separate quarter merged into Rouse). The leading community cultural centre activities in the villages covered by the research, apart from the libraries, are connected to folklore. The folklore heritage value is explicitly mentioned in the Community Cultural Centre Bylaws, with goals and activities listed in them, including: ‘preservation of the customs and traditions of the Bulgarian nation. Collecting materials and objects of the traditional culture so that they are preserved and kept for the future generations; [...] Work with children in order to widen their knowledge, to affiliate them to the Bulgarian folklore and traditions and to educate them in universal human values’ – Bylaws of Hristo Botev – 1927 Community Cultural Centre, Novgrad village, and also Prosveta – 1915 Community Cultural Centre, Dolapite quarter. Under its Bylaws, the community cultural centre in Dolapite quarter ‘develops and supports amateur art; [...] collects and disseminates information about the local area’. These priorities are the essence of the cultural life of the researched communities.

The first example I am giving is from the small **Krivina village**, Tsenovo municipality, Rouse region,

Вено пред алтернативата „да се научи да живее на сцената, творчески приемайки и прилагайки нейните високи изисквания за изкуство“ или „да вегетира, възпроизвеждайки се само като музеекспонат“ (Джигжев 2009: 106). Редом с тези публични форми за поддържане на наследството съществуват нюансите на личностното и общностното преживяване, на избора за културно себеизразяване.

Проследяването на два случая от изследователския терен в Русенско представят различни начини за изява чрез фолклора на общности в малки населени места (села и обособен квартал, присъединен към Русе). В проучваните селища основните дейности на читалищата, освен библиотечното дело, са свързани с фолклора. Ценността на фолклорното наследство е специално оповестена в уставите на народните читалища с формулираните в тях цели и дейности, сред които са: „Запазване обичаите и традициите на българския народ. Събиране на материали и предмети от народната култура с цел съхранението и опазването им за идните поколения; [...] Работа с деца за обогатяване на техните знания, приобщаването им към българския фолклор и традиции и възпитание в общочовешките ценности“ (Устав на НЧ „Христо Ботев – 1927“, с. Новград, също и на НЧ „Просвета – 1915“, кв. Долапите); Според Устава, читалището в кв. Долапите „Развива и подпомага любителското художествено творчество; [...] Събира и разпространява знания за родния край“. Придържането към тези ценностни аспекти се откроява в културния живот на изследваните селищни общности.

Първият пример, който представям, е малкото село **Кривина**, община Ценово, област Русе, останало вече с около 330 жители. Местни забележителности, с които селото е известно според различни публични източници, са разкритите останки от късноримски кастел (военен лагер) Ятрус, проучван с прекъсвания почти половин век от българо-немски археологически експедиции, близостта на двете реки Янтра и Дунав (свързани с риболов), църквата „Св. Троица“ (от 1883 г.), паметна плоча на загиналите през

that has now a population of only 330 people. The local sites by which the village is known, according to different public sources, are the ruins of the Late Roman castle (military camp) of Yatrus that were explored intermittently for nearly half a century by joint Bulgarian and German archaeological expeditions, the proximity of the rivers Yantra and Danube (and the fishing in them), the Holy Trinity Church (built in 1883), and the commemoration plate to the killed in WW2 1944–1945. The village holiday is on 2 June, the Day of Botev and all who died for the freedom and independence of Bulgaria. That date was chosen in the socialist period, as it is close to the traditional village holiday on the Day of the Holy Spirit, the village church patron. Its celebration includes a concert, fireworks, a horo dance for all village residents and guests, and a wrestling competition. The public image of the village appears in the regional media mainly with news about the ‘traditional celebrations of the Day of Botev’, with a focus on the politicians coming to the event – members of Parliament and city council members. The patriotic aspect is augmented by the visiting members of the Traditsia National Association, ‘who, disguised as members of a fighting company, stood as honour guards by the monument to the men killed in the wars, with two local children by their side, holding burning torches’<sup>2</sup>. The local institutions – the community cultural centre (*chitalishte*) and the office of the mayor’s representative – are mentioned as guests to the celebration program, which is again related to the significance of the date: ‘recital of patriotic poems written by local children; placing a wreath in front of the monument of the local men killed in the war for national reunion, celebration fireworks, and nice Bulgarian folk dances.’<sup>3</sup> From the perspective of a journalist<sup>4</sup>, the social life in the village (because of the dominating people in the ‘third age’) is limited to the pensioners club and the community cultural centre trust initiatives. The local people spotlight the celebration of the church patron of the Holy Spirit with an offering in the churchyard as a way to honour the tradition and the customs. The

<sup>2</sup> <https://www.dunavmost.com/novini/krivina-otbelyaza-botevite-praznitsi> (16.10.2021)

<sup>3</sup> The same source.

<sup>4</sup> <https://rousse.info/единственото-оживление-в-кривина-нас/> (16.10.2021)

Воината 1944–1945 г. Селищният празник е на 2 юни, Ден на Ботев и загиналите за свободата и независимостта на България, установен през социализма като дата, близка до традиционния събор на храмовия празник Св. Дух. Празнува се с концерт, празнична заря, общоселско хоро, състезания по борба. Публичният образ на селото се появява в регионалните медии предимно с репортажи за „традиционните Ботеви празници“ с център върху специалното присъствие на политически лица – народни представители, общински съветници. Патриотичният акцент е подсилен с гостуването на участници в Национално дружество „Традиция“, „които предрешени като четници, застанаха на почетна стража пред паметника на загиналите във войните, придружени от две местни деца със запалени факли“<sup>2</sup>. Местните институции – читалището и кметството, се споменават във връзка с празничната програма, отново в унисон с тематиката на датата – „рецитал на патриотични стихотворения, писани от местни деца, поднасяне на венец пред паметника на загиналите местни жители във войните за национално обединение, тържествена заря и хубави български народни танци“<sup>3</sup>. През един журналистически поглед<sup>4</sup> социалният живот в селото (поради преобладаващото население от „третата“ възраст) се ограничава в пенсионерския клуб и инициативите на читалищното настоятелство. Като почит към традициите и спазване на обичаи и празници местните жители изтъкват тържественото отбелязване на храмовия празник Св. Дух с курбан за здраве в двора на църквата. Читалището се определя като „единственото място за духовен живот в селото“.

В рамките на европейски проект за информационни центрове на културно-историческо наследство в община Ценово в местното читалище „Отец Паисий –1931“ са останали няколко листа сведения за селото, компилирани и събрани

<sup>2</sup> <https://www.dunavmost.com/novini/krivina-otbelyaza-botevite-praznitsi> (16.10.2021)

<sup>3</sup> Пак там.

<sup>4</sup> <https://rousse.info/единственото-оживление-в-кривина-нас/> (16.10.2021)

community cultural centre is defined as ‘the only place for cultural life in the village’.

In the local Otets Paisiy – 1931 Community Cultural Centre, there are several sheets of paper containing information about the village. They have remained from the information gathered and compiled by the secretary<sup>5</sup> under a European project for cultural heritage information centres in Tsenovo municipality. Part of that information is a schematic description of ‘traditions and customs’, without any clearly local character that is different from all other places in Bulgaria. For example: ‘St. George’s day, May 6th. That is the day of St. George, patron of shepherds and flocks. A lamb is slaughtered on this day as a sacrifice to the saint. The meal is roasted lamb, salad of green onions and garlic, wine and bread’. The old folklore tradition does not seem to have a very bright presence in the self-presentation of the village regardless of the interesting information concerning the mix of different settlers in the village, with dominating representatives of the old local population, the Polyantsi (Hartsoi), Balkandzhii, Thracians and Macedonians. Much more detail is given in the chronicle of Otets Paisiy Community Cultural Centre that was established in 1931, now an active place of cultural life. The description of activities mentions a women’s singing (folklore) group formed in 1950, a traditional choir and a dance company formed in 1964, their concerts, the awards they received at amateur art reviews, and the meaningful years many people have spent in the community cultural centre.

There is a photo album kept in the community cultural centre archive. The first photographs were taken right after the premises were built in 1964, and all photographs are evidences of active cultural life. The photographs have documented the then existing performing folklore companies, predominantly young people dressed in stage costumes that were modernized imitations of traditional clothes. The dance company was created in January 1964, and in the first year of its existence it won the first prize at the municipal amateur art and stage performance review. A nice-looking handwritten note by the side of the photographs reads:

<sup>5</sup> *I am grateful to the cultural centre Secretary Tinka Zaharinova for the documentation and information she gave me concerning the past and the present of the local cultural life.*

от секретаря<sup>5</sup>. В тях е отделено място за схематично описание на „традиции и обичаи“, при които не проличава местна специфика, различна от общобългарската. Например: „Герзювген – 6 май. Това е денят на свети Георги – покровител на овчарите и стагата. На този ден се коли агне като жертва за светеца. На трапезата има печено агне, салатата от пресен лук и чесън, вино и хляб“. Старата фолклорна традиция като че ли не изпъква с ярко присъствие в самопредставянето на селището, въпреки интересния анонс за пъстрия състав на населението – преобладаващо старо местно население полянци (хърцои), балканджици, тракийци и македонци. Доста по-обстоятелствено е очертана хрониката на основаното през 1931 г. читалище „Отец Паусий“ – средище на активен и оживен културен живот. В описанието на читалищната дейност е отбелязано основаването на женска вокална (фолклорна) група през 1950 г., на битов хор и танцов състав през 1964 г., концертните им изяви, спечелените грамоти в прегледи на художествената самодейност и смислените години, прекарани от много хора в читалището.

Архивът на читалището съхранява албум със снимки, започнат през годината на построяването на читалищната сграда (1964), свидетелстващ за активен културен живот. Документирани са тогавашните колективи за фолклорни изпълнения – предимно в младежка възраст, облечени в специално ушито, модернизирано концертно облекло, наподобяващо традиционното. Танцовият състав, създаден през януари 1964 г., още през същата година печели първо място в общинските прегледи на художествената самодейност и се извява на сцена. Красив ръкописен надпис до фотографите оттогава в албума гласи: „Танцовият състав след излизане пред населението. Направил през годината посещения в пет от околните села със своя програма, представил отлично читалището и селото.“ Музикалният съпровод се изпълнява от традиционна гъдулка,

<sup>5</sup> Изказвам благодарност към секретаря на читалището Тинка Захаринова за предоставената документация и информация за миналото и настоящето на селищния културен живот.

‘The dance company after their performance before the village residents. In that year they made five visits to neighbouring villages to show their concert program, and their performances were an excellent representation of the community cultural centre and the village.’ The musical accompaniment was performed by a traditional string instrument *gadulka*, which was quite old as seen by the shape of the instrument and the bow. There were also *kaval* performers.

The photographs also show the women’s folklore group in their remarkable traditional costumes performing at the National Folklore Fair in Koprivshtitsa in 1981. There is no information about their repertoire, but the fact that they qualified for the Koprivshtitsa event indicates that they had met the requirements for genuine traditions and local village folklore. At the following fair in Koprivshtitsa, the fifth festival in 1986, Krivina village was represented by three local songs performed by a ‘women’s group for folk songs’, which was obviously the same group, and also by a solo *gadulka* performer.

One of the companies that was also born in 1964 was described as a ‘traditional choir’: about 25 young women and two accordionists; that descriptive name signifies that chorus harmonisations and folklore arrangements were also included in their repertoire. The amateur singing company performed varied programs (folklore, pop) at the then popular concert evenings for the population of Bulgarian villages and ‘won first prizes at municipal and district amateur art reviews.’

Between the 1960s and 1980s, the community cultural centre had also an amateur drama theatre company. Some of the photographs of the community cultural centre photo album of Krivina village, with explanatory notes (‘the new community cultural centre building’, ‘the dance company’, ‘the singing group’, ‘the traditional choir’) were published in a special book: ‘a jubilee book on the 50th anniversary of the Communist party organization in Novgrad village, Rousse district, and the 25th anniversary of the Ninth of September Socialist Revolution in Bulgaria’ (Думумпов 1969: 188, 192–193).

The string of visual evidences of the community cultural centre activities in Krivina village is an illustration of the then typical cultural transformation process-

стара изработка, както се вижда от формата и лъка. Имало е и изпълнители на кавал.

Сред снимките се отличава с традиционните си местни костюми женската фолклорна група, представила се на Националния събор на народното творчество в Копривщица през 1981 г. Сведения за изпълнявания репертоар не са запазени, но фактът за допускането им за участие в Копривщица говори за спазване на указанията за традиционност и представяне на музикален фолклор от селото. В програмата на следващия, пети копривщенски събор през 1986 г. с. Кривина е представено с три местни песни от „женска група за народни песни“, очевидно същата формация, както и от солист гъдулар.

Названието „битов хор“ на един от колективите, организиран също през м. януари 1964 г. – около 25 млади жени и двама акордеонисти, говори за изпълнение и на хорови хармонизации и обработки на фолклор. Самодейният певчески състав е участвал в популярните тогава концертни вечери с разнообразна програма (фолклорна, естрадна) за населението в българските села и е „завоювал първи места на общински и районни прегледи на художествената самодейност“.

Между 60-те и 80-те години на ХХ век в читалището действа и самоеен театрален състав. Някои от фотографиите от читалищния албум на с. Кривина със съответни пояснителни надписи („новата читалищна сграда“, „танцовият колектив“, „вокалната група“, „битовият състав“) са поместени в книга – „юбилейно издание по случай 50-годишнината на партийната организация в с. Новград, Русенски окръг, и 25-годишнината на Деветосептемврийската социалистическа революция в България“ (Димитров 1969: 188, 192–193).

Проследяването на визуалните свидетелства за читалищния живот в с. Кривина илюстрира обичайното за онова време преминаване през процесите на културна трансформация – от традиционния музикално-танцов фолклор, вpletен в живота на местните хора, към създаване на организирани сценични формации, представящи нови форми за изява на фолклорното наследство в условията на нефолклорна култура.

Естественият ход на времето, демографските промени, намаляването на населението,



Танцовият състав на с. Кривина, 1964 г. Из архива на НЧ „Отец Паусий – 1931“.

The dance company of Krivina village, 1964. From the archive of Otets Paisiy – 1931 Community Cultural Centre.

es: the traditional music and dance folklore that used to be part of the local people's life was transformed into organized stage formations that presented new forms of folklore heritage display in the conditions of a non-folklore culture.

The natural course of time, the demographic changes, the diminishing population, especially after the 1989 political transformation, have terminated and erased the active cultural life in Krivina village. The amateur companies ceased to exist. Nearly two decades later, the new community cultural centre secretary tried to revive the club activities through folklore, and it took her huge efforts to create in 2008 the women's singing group called 'Dunavski Valni'. The type of the company (8-10 performers) seems to be a successor to the earlier 'singing group'; as for the repertoire, it was close to the style of the 'traditional choir'.

The company is regarded as a folklore one, but it actually barely reproduces any local repertoire. They perform arranged songs that have become popular from mass media and sound recording, and songs from the repertoire of popular folk singers from North Bulgaria, such as Verka Siderova, Mita Stoycheva, Boris Mashalov, etc. Some of the singers 'bring old songs', but their origin is not local, either. The accompaniment is accordion; this is the most common accompaniment for such type of contemporary singing companies in the villages around Bulgaria. The musicians who played

особено след обществено-политическата промяна през 1989 г., прекъсва и заличава активния културен живот в с. Кривина. Самодейните колективи престават да съществуват. Почти две десетилетия по-късно новата читалищна секретарка се опитва да възвърне читалищната дейност чрез фолклора и с усилия успява да сформира женска певческа група „Дунавски вълни“ през 2008 г. Като вид формация (8–10 изпълнителки) изглежда приемник на някогашната „вокална група“, а в репертоарно отношение се доближава до стиловата характеристика на „битовия хор“.

Групата се смята за фолклорна, но по същество почти не възпроизвежда местен репертоар. Изпълняват обработени песни, станали популярни от медии и звукозаписи, както и песенни образци от репертоара на известни народни певци от Северна България като Верка Сидерова, Мита Стойчева, Борис Машалов. Някои от певиците „носят стари песни“, но те също не са с местен селищен произход. Акомпаниментът на групата е с акордеон, каквато е масовата практика сред подобен тип съвременни певчески формации в българските села. Някогашните свирачи на фолклорни инструменти отдавна не са между живите и с тях си е отишла местната инструментална традиция. Нишката на приемственост във фолклорната певческа традиция е прекъсната във времето и „възстановяването“ на такъв тип формация в читалището не е директно възпроизвеждане на местно фолклорно наследство. Тази формация обаче е единствена и представя селото и читалищната институция на многобройни фестивали в русенския район и другаде из Северна България, носи награди и грамоти, създава самочувствие. В читалищната библиотека е отредено видно място за всички материални знаци за оценка на изявиите на женската певческа група във фестивални събития. Чрез публичната активност на групата името на селото присъства в културни програми извън местната общност, създава се престиж за читалището<sup>6</sup>. В личностен план участието в

<sup>6</sup> Например, според документална справка през 2012 г. женската певческа група е участвала в Националния събор-надпяване „Авлига пее“ в с. Обединение, община Полски Тръмбеш, в Националния фестивал за автентичен фолклор „Песни в полите на Балкана“ в с. Жълтеш, община Габрово, в Националния фолклорен фестивал „Фолклорен извор“ в с.



Женската певческа група на събора в Копривщица, 1981 г. Из архива на НЧ „Отец Паусий – 1931“.

Women's singing group at the Koprivshitsa fair in 1981. From the archive of Otets Paisiy – 1931 Community Cultural Centre.



Битовият хор, 1964 г. Из архива на НЧ „Отец Паусий – 1931“.

The traditional choir, 1964. From the archive of Otets Paisiy – 1931 Community Cultural Centre .

various old folklore instruments left this world a long time ago, and they carried away with them the local instrumental tradition. The folklore tradition continuity thread was broken in the run of time, and its “restoration” by such type of community cultural centre companies is not a direct reproduction of the local folklore heritage. That company, however, is the only one in the village and it represents the village and the community cultural centre institution at numerous festivals in Rousse region and elsewhere in North Bulgaria; more-

певческия състав носи на изпълнителките разнообразие в ежедневието, удовлетворение от ползотворни занимания, изява на музикални способности, възможности за пътуване. Представата за локалната традиция, за съдържанието на понятието фолклорно наследство се променят, но остава потребността за изживяване на общност и принадлежност.

Друг, различен пример за селищен живот с опора върху фолклорното наследство се наблюдава в русенския **квартал Долапите** – с 1600 жители, основно училище, с младо и възрастно население, с повече възможности за културна активност. Наименованието на селището произлиза от съществувалите в миналото съоръжения за поливане на градини край реката, т.нар. долапи – колело с кофички, загребващи вода от реката, задвижвано от впрегнат кон, обикалящ в кръг. Останало е и в топонимията с названието на местността Долапите и напомня за някогашния земеделски поминък на населението. Като местни забележителности се посочват църквата „Св. Архангел Михаил“ (осветена през 1909 г.) и паметната плоча на първото юношеско туристическо дружество в България, основано край река Русенски Лом в близост до селището през 1908 г. от петима русенски младежи.

Бившето село отдавна е градски квартал, но се чувства „някой път като село, някой път като град, но повечето като към село – поддържат си традиции“<sup>7</sup>. То е сред селищата в Североизточна България със старо местно население – т.нар. хърцои, с характерна традиционна култура, диалект, облекло, кулинария и др. Сред жителите съществува усещане за общност, отстояваща културни практики, които са били традиционни за населеното място. Моторът на общностния живот е читалището. От десетилетия и до днес там развиват дейността си фолклорни колективи – група за изворен фолклор (с представяне на обичаи), женска фолклорна група, мъжка певческа група, коледарска група, детска фолклорна група „Лазарки“, Клуб за народни танци „По нашенски“. Условиата и възможностите за приемственост

Царевец, община Свищов, във Фолклорния събор „Ценово пее и танцува“, в Деня на Община Ценово и в Общоселския събор на 2 юни в с. Кривина.

<sup>7</sup> Из интервю със Снежана Атанасова, читалищен секретар.



Женска певческа група, 2015 г. Из архива на НЧ „Отец Паусий – 1931“.

Women's singing group, 2015. From the archive of Otets Paisii – 1931 Community Cultural Centre .

over, it comes back with prizes and awards, and builds self-confidence. The community cultural centre library has a special place to display all material tokens of the appraisals the women's singing group has received at various festival events. The company's public activity is the vehicle that takes the name of the village to cultural programs away from the local community and creates prestige for the community cultural centre<sup>6</sup>. As for the personal aspect, participation in the singing company brings diversity into the daily routine, satisfaction with the successful activities, manifestation of musical talent, and opportunities to travel. The concept of a local tradition and the content behind the term 'folklore heritage' do change, but the need to experience common belonging stays.

Another example, a different one, about community life stepping on folklore heritage exists in **Dolapite quarter** of Rousse. It has 1600 residents, a primary school, a mixture of young and old population, and more cultural activity options. The name of the place is derived from watering equipment used in past times

<sup>6</sup> According to a document, in 2012 the women's singing group participated in the Avliga Pee national singing competition in Obedinienie village, Polski Trambesh municipality; in the Songs at the Foothills of the Balkan Mountains national festival for authentic folklore in Zhaltesh village, Gabrovo region; the Folklore Spring national folklore festival in Tsarevets village, Svishtov municipality; the Tsenovo Singing and Dancing folklore fair on the holiday of Tsenovo municipality, and the general village fair on 2 June in Krivina village.

на традициите са налице и се използват пълноценно. Инициативността и подготовката на читалищния екип<sup>8</sup> развиват тези възможности. Те се опират на целенасочена краеведска работа за събиране на визуални документи, наследено знание и умения от носители на традицията, издирени сведения за обреди и обичаи, фолклорен репертоар. Читалището обединява привързаността на възрастното поколение към местните традиции и желанието за продължението им в съвременността с интереса на младите и децата към изява чрез фолклора. В най-дългогодишно съществуващата група – коледарската, участват възрастни мъже и младежи, които възприемат от тях старинните песенни образци със специфични местни мелодии.

В групата на лазарките се включват и големи, и малки момичета. Пресъздаването на обредни моменти и обичаи предполага участие на изпълнители с разнообразна възрастова характеристика и обхваща няколко поколения от пет до над осемдесетгодишна възраст. Така се привлича интерес към опознаването на локалните традиции и възраждането им в личния и обществения културен живот.

Подбор от интересния музикалнофолклорен репертоар на кв. Долапите съдържат три записани и тиражирани през 2001 г. аудиокасети от поредицата „Жива вода“ на Импресарско-издателска къща „РОД“, които показват „съхранените през годините фолклорни възприятия на общността“ (отбелязано в една от анотациите). Тези звукови свидетелства за традиционното звучене на коледарски и лазарски песни, на песни на трапеза с баладна тематика и кавалджијски мелодии фиксират в документ част от локалната фолклорна музика, легитимират значимостта ѝ като културна ценност и наследство, превръщат се в източник, образец за следовниците.

Читалищното изпълнителско „ядро“ е в основата на два типа изяви на местната традиционна култура – като организирани празнични прояви с фолклорно съдържание и като сценично

for vegetable gardens along the river, the so-called *dolap* – a wheel with buckets scooping water from the river, driven by a harnessed horse going around the wheel. The same name has stayed in the toponymy; the name of the Dolapite area reminds of the old land farming livelihood of the local population. The local sites are St. Archangel Michael's Church (consecrated in 1909) and the commemoration plate to the first youth tourist association in Bulgaria, which was organized in 1908 near Roussenski Lom River, close to the village, by five youths from Rousse.

The former village has long ago become a city quarter; nevertheless, its people feel it 'sometimes as a village, sometimes as a town, but it is more like a village – the traditions are kept'<sup>7</sup>. It is one of the villages in North-east Bulgaria with old local population, the so-called Hartsoi, with their specific traditional culture, dialect, clothes, cuisine, etc. There is a community spirit in its inhabitants; they care for and preserve the cultural practices that have been traditional for that village. The community life engine is the community cultural centre. Its folklore companies have been active for many decades: a source folklore company (presenting local customs), a women's folklore group, a men's folklore group, carol singers, *Lazarki* children's folklore company, *Po Nashenski* folk dance club. Tradition continuity conditions and possibilities are available, and they are being successfully used. The proactive and well-trained team<sup>8</sup> of the community cultural centre makes sure those possibilities are developed. They count on targeted local studies work focused on collecting visual documents, knowledge and skills inherited from tradition bearers, interviews to collect information about rituals and customs, and folklore repertoire. The community cultural centre combines the aged generation's attachment to the local traditions and the desire to preserve them in modern times with the interest of the children and the young people in building self-confidence through the folklore. The members of the longest lasting group – the

<sup>8</sup> Секретарят на НЧ „Просвета – 1915“ Снежана Атанасова има магистърска степен по Етнология и лингводидактика от Русенския университет „Ангел Кънчев“ с дипломна работа на тема „Речево поведение на хърцоите по време на семейни празници“.

<sup>7</sup> From an interview with Snezhana Atanasova, cultural centre Secretary.

<sup>8</sup> Snezhana Atanasova, Secretary of Prosveta – 1915 Community Cultural Centre is master of Ethnology and language didactics from the Angel Kanchev University of Rousse; her thesis was 'Linguistic Behaviour of the Hartsoi at Family Celebrations'.

представяне на събори и фестивали. Активно включване на фолклора в местната празничност, публичното възпроизвеждане на празничен календар в живота на населеното място се осъществява с участието на читалищните групи и местните жители. Сред ежегодните общоселищни празнични събития са Бабинген, Трифон Зарезан, лазаруване, коледуване с обиколка по къщите и къпане на коледарския цар на реката. На сцена по фестивали и събори изпълнителите са представяли Игнажден, коледуване, Бабинген, Гергьовден, богородична пита за новородено, сватбени моменти – засевки, извеждане на булка, разбулване на булка, на блага ракия.

Съпоставката между протичането на селищен празник, възпроизвеждащ „сюжети“ от фолклорна обредност, и на неговия сценичен вариант показва различен тип изживяване и изява на смисъл, съдържание, форма, условност. „Бабинген е един много голям празник тука в квартала, който си е традиция от едно време. Събират се сигурно стотина жени, с едно въодушевление, с много голямо желание. Още даже по Нова година почват да питат Бабинген ще има ли“. Разказът за Бабинген в селището през погледа на главния организатор – читалищният секретар, както и фотографските албуми от различни години в страницата „Долански хроники“ в социалната мрежа Фейсбук разкриват празнично изживяване с безспорна значимост в селищния живот.

На празника се извършват ритуални действия – вземат с каручка „бабата“ лекарка, минават по улиците, жена, преоблечена в милиционерска униформа, спира коли по пътя и иска откуп, за да минат свободно. Младите майки, родили през предходната година, облечени в носии, посрещат „така наречената баба, докторката“ пред сградата на кметството и читалището с ритуал – с менче, кърна, сапун, китка, жито, питка. Докторката пръска над главите на присъстващите жито, шарени бонбонки и дребни монети, сложени в сито и „вече научила репликите години наред“, казва: „Колкото са зрънцата, толкова повече да са децата! Да имат желязно здраве – това символизират монетите, железни парички. Пъстър и шарен да е живота им – бонбонките“. С Варакосана китка ръси със светена вода, захранва



Коледарската група от кв. Доланите на сцена, 2017 г. <https://www.facebook.com/Долански-хроники-651180645004777>  
The carol singing group from Dolapite quarter on the stage, 2017. <https://www.facebook.com/Долански-хроники-651180645004777>



Бабинген в кв. Доланите, 2014 г. <https://www.facebook.com/Долански-хроники-651180645004777>  
Babinden in Dolapite quarter, 2014. <https://m.facebook.com/Долански-хроники-651180645004777/>

carol singing group – are old men and youths learning from them the ancient songs with specific local tunes.

The age range of the members of St. Lazarus's group of girls varies from very young to teenagers. The reconstruction of rituals and customs suggests participants in various age groups and involves several generations at the age from 5 to 18. That is a way to raise the interest in learning more about the local traditions and to integrate them in the personal as well as in the community life.

A selection of the intriguing repertoire of folk music from Dolapite quarter includes three cassettes of

младите майки – „да са сити и те, и бебетата“. Според традицията те ѝ поливат да си измие ръцете. „Бабата“ пуска сапуна и казва: „Както се хлъзга сапуна, така лесно да се раждат гецамата!“ Тържеството продължава в зала с угощение, забавления и игри. Повторението на някогашната традиция от реални в своя статус участници в реално време и пространство приближава ритуала към разбирането и преживяването на неговия смисъл и въздействие.

Сценичната адаптация на обичая Бабинден, с която групата на кв. Долапите е печелила не една награда на събори и фестивали, е осъществена с консултантската помощ на етнолог. Условностите на сцената и фестивалните регламенти изискват неголям брой изпълнители в съответни обредни роли, репетирано поведение, диалози, реквизит, декор. „Представяме точно това – посрещане на бабата, ритуала, който разказва, с младите булки, със софрчката, бабата, която я извеждат на кладенеца или на чешмата да я къпят. Имаме едно бутафорно – от някакво буре един дядо ни беше направил като кладенче. Някоя от младите булки вади водичка, уж полива на бабата. И се завърта хоро. Това на сцената е много компактно“<sup>9</sup>. Фестивалните сценични изяви *представят* и *показват* фолклорна традиция пред външна на общността публика с желанието да се подчертае оригиналното местно наследство, което изпълнителите съхраняват и ценят.

В съвременните условия традиционната култура е изгубила способност за саморазвитие и самовъзпроизводство, но фолклорното наследство намира разнообразни форми за целенасочено присъствие в локалната общност. Възрастното поколение става източник на културна информация, събират се и се записват фолклорни материали, които се разработват и превръщат в подробни сценарии за сценично представяне на фрагменти от обреди, максимално близки до поведението и символиката на традиционното изпълнение, със съответния оригинален местен песенен и танцов репертоар, вещен реквизит и т.н. Сцената и селищните празници по фолклорния календар

the *Zhiva Voda* (Water of Life) sequence recorded and circulated by ROD Impresario and Publishing House in 2001. They show ‘the folklore model of the community that they have preserved in the run of time’ (quotation of one of the annotations). Those sound evidences of the traditional carols and songs on St. Lazarus’s Day, ballad son and *kaval* tunes are a document of some of the local folklore music; they legitimise its significance of a cultural asset and heritage, and become a source and a model for the successors.

The ‘core’ of the community cultural centre performers is at the basis of two types of the local traditional culture manifestation: as organised celebration events with folklore pieces, and as stage presentations at fairs and festivals. The active use of folklore in the local celebration patterns and the public reproduction of the holiday calendar in the community life happens with the involvement of the community cultural centre companies and the local people. The annual village holidays include *Babinden*, *Trifon Zarezan* (St. Trifon’s Day), girl groups on St. Lazarus’s Day, Christmas carolling and washing the carolling king in the river. At various festivals and fairs, the stage performers show the traditions on St. Ignatius Theophorus’s Day, carolling, *Babinden*, ritual bread for a newborn baby celebration, and different elements of the wedding ritual: preparation of the wedding bread, taking the bride out of her parents’ home, unveiling the bride, sweet *rakia*, etc.

The comparison between a village celebration, when ‘stories’ of the folklore rituals are reproduced, and its staged equivalent reveals two different types of experiences and manifestations of meaning, contents, form and conditionality. ‘Babinden is a great holiday here in our quarter; it is a very old tradition. Probably around a hundred women get together, with a lot of enthusiasm and willingness. Even before New Years’ Eve they start asking whether we will celebrate Babinden.’ The story about Babinden in the village as seen by the chief organizer – the community cultural centre secretary, and as shown in the photo albums from various years on the Dolapski Hroniki page in Facebook, reveal a holiday experience of unquestionable importance in the village life.

Ritual activities are performed on that holiday: they pick the ‘old midwife’ woman doctor by a horse

<sup>9</sup> Цитатите в описанията на Бабинден са из интервю с читалищния секретар Снежана Атанасова.

са различни версии в жизнеността и изживяването на фолклорното наследство. Сценичното изпълнение се изработва заради необходимост от „външна“, представителна употреба на местната културна специфика, която се „играе“ пред публиката на фестивали и събори извън селището. Селищните фолклорни празници и ритуали изразяват принадлежност, изява на вътрешна потребност за съхранение и продължение на поколенчески ценности. Те сплотяват общността и поколенията (например – коледарите, младежи и възрастни, даряват събраните от тях пари след коледуването по домовете, за да платят музиката за женския празник Бабинден).

Към възвръщане на вниманието към местната специфика, към съхранение и изява на локално своеобразие са насочени многобройните фестивали и събори в русенския регион, вече утвърдени или провеждани през последните десетина години. Почти всички се осъществяват по инициатива и с организационните усилия на местните читалища. Сред интересните примери са Фолклорният събор „Обичаите по нашенски“ в с. Новград, Съборът на хърцоите в с. Кацелово, Фолклорен събор „От Дунав до Балкана“ в гр. Борово, „Сандрово пее и танцува“, „Ценово пее и танцува“, Комитски събор в с. Червена вода и още други. Всички фолклорни изпълнители от региона са участници и в емблематичния за Русе половинвековен фолклорен събор „Златната гъдулка“.

Предложените наблюдения върху битието, изживяването, формите за изява на представата за фолклорна традиция показват насоки, капацитет и възможности, съществуващи в съвременната социална реалност на проучваните локални общности. Отдалечаването от „автентичността“ на местните традиции, загубата на фолклорна памет, знание и репертоар в с. Кривина предизвикват днес ориентиране към форми, наследени и практикувани от читалищната самодейност в миналото. В градския квартал Долапите обществеността се ангажира да реконструира местното фолклорно наследство в живи практики и изживяване на празничност и същевременно го „изнася“ като ценно свое приетжение пред публика извън селищната среда.

cart, drive her around the streets, a woman disguised in a police uniform stops cars driving on the road and demands on ransom to let them drive on. Dressed in national costumes, the young mothers who delivered babies in the preceding year welcome the ‘old midwife’ (the woman doctor) in front of the municipal building or the community cultural centre with a ritual: a copper vessel, a towel, a bar of soap, a bunch of geranium, wheat, round bread. The doctor spreads from the sieve she holds wheat, bright candies and small coins above the heads of the people there and, ‘having learned her lines in the run of time’, says: ‘As many grains, as many children! May their health be strong – that is the symbolism of the metal coins. May their lives be bright (the candies)’. Using a bunch of geranium adorned with foil, she sprinkles the people with holy water and gives bites of bread to the young mothers – ‘so that they and their babies are sated’. Traditionally, they pour water for her to wash her hands. The ‘old midwife’ drops the bar of soap, saying: ‘May babies get born as smoothly as the bar of soap slips’. The participants proceed to a large room for a feast, fun and dances. The re-enactment of the old tradition by participants who are true by status in real time and real space brings the ritual close to understanding and experiencing its meaning and effect.

The stage adaptation of the *Babinden* tradition with which the company from Dolapite quarter has won many prizes at numerous fairs and festivals was supervised by an ethnologist. Stage conditions and festival rules require a limited number of performers in the ritual roles, rehearsed behaviour, dialogues, stage props and stage setting. ‘This is what we show on the stage: the welcoming of the old midwife, the ritual with the young women I told you about, with the table; the old midwife when they take her to the well or to the village fountain to wash her. We have a dummy: an old man once made a mock well from an old cask. One of the young women pretends she takes water from it to pour over the old midwife. And they start dancing a horo. Everything is very compact on the stage’<sup>9</sup>. The festival stage performances *present and demonstrate* the folklore tradition before audiences that are unknown to the community, with the

<sup>9</sup> The quotations in the descriptions of *Babinden* are from an interview with the cultural centre Secretary Snezhana Atanasova.

Новото време подновява начините за съхранение и репрезентация на фолклорното наследство. Въпреки че променя съдържанието си и представите за традиционност и автентичност, то постоянно се актуализира, обусловено от общите потребности от култура на местното население и превърнало се в част от културния потенциал на регионите.

### **Фолклорни събори и празници в Сливенско – съживено локално наследство**

Някои наричат съборите жив музей на местната традиция. Силно е ценностното присъствие на идеята за „автентичност“. Въпреки че понятието „автентичен фолклор“ е популярно в публичната сфера, то е спорно в изследователските среди заради неяснотата в разбиранията кое от фолклорната традиция е „автентично“, след като е откъснато от естествената среда на битуване в миналото (от контекста на функциониране) и се показва на сцена. Възпроизвеждането на традиционни образци на фолклорното изкуство може да се придържа към старинни стилови изпълнителски похвати, но и да е повлияно, променено, модернизирено. Възникват напрежения поради различни гледни точки към разбирането за традиционност/ автентичност и характеристиките на традиционния фолклор.

В над шестдесетгодишната си история провеждането на събори на народното творчество преминава през собствено развитие със силно влияние върху ценностната ориентация на носители, изпълнители, изследователи, организатори, публика. В основата на този тип прояви от самото начало са поставени цели за издирване, съхраняване, популяризиране и предаване на фолклорни традиции и образци на песенно, инструментално и танцово изпълнителство, на словесен фолклор, обредни практики и др. Тук се срещат фолклорното знание на носители и изпълнители с изследователските очаквания на специалисти и познавачи на фолклорната култура. В двупосочното взаимодействие се откриват, открояват и припознават локални фолклорни ценности.

С възстановяването на утвърдени и създаването на нови фолклорни събори и празници след политическата промяна в България общински

desire to spotlight the original local heritage that the performers preserve and cherish.

The traditional culture has lost its ability for self-development and self-replication in the contemporary conditions. Nevertheless, folklore heritage is capable of finding various forms of deliberate presence in the local community. The old generations become a source of cultural information; folklore materials are collected and recorded to be further processed to turn into detailed scenarios for the staging of ritual fragments as close as possible to the traditional performance behaviour and symbolism, with the original local singing and dancing repertoire, stage props and so on. The stage and the village folklore calendar celebrations are differing versions of the folklore heritage vitality and experience. A stage performance is produced to meet the need of an 'external', representative use of the local cultural idiosyncrasy that is 'played' for the audience at festivals and fairs outside the village. Village folklore celebrations and rituals are an expression of belonging and a manifestation of an inner need to preserve and continue the existence of the generations-old treasures. They bond the community and the different generations (example: the carol singers, young and old men, donate the money they collect when going around houses for the musicians' fee on the women's holiday of *Babinden*).

Bringing the spotlight back to the local idiosyncrasy, preserving and showcasing the local originality is the goal of the numerous festivals and fairs happening or already established in Rouse region in the latest decade. Nearly all of them are the fruit of the initiative and the efforts of the local community cultural centres. Some of the interesting examples are the folklore fair 'The Customs in Our Way' in Novgrad village, the Hartsoi Fair in Katselovo village, the folklore fair 'From the Danube to the Balkan Mountains' in the town of Borovo, 'Sandrovo Singing and Dancing', 'Tsenovo Singing and Dancing', the Rebels' Fair in Chervena Voda village and so on. Furthermore, all folklore performers in the region are participants in the emblematic 50 years-old Golden Gadulka folklore fair in Rouse.

The observations on the day-to-day routines, the experience, the approaches to showing the concept

Власти и читалища продължават да ползват локалното фолклорно наследство като ресурс за изява на местните общности. На територията на област Сливен съществуват организирани празнични събития, свързани с представата за възпроизвеждане на фолклорната култура, за съхранение и предаване на местни фолклорни традиции.

Терминологично в названията на събитията присъстват няколко понятия – събор, празник, конкурс. Те бележат намеренията, представите и реализацията от страна на организаторите във връзка със съдържанието на съответната проява, в някои случаи в комбиниран вид – събор и празник, събор-конкурс. Изследователският поглед е насочен към десет събития, утвърдени в Сливенска област като израз на местна културна политика за съживяване и поддържане на локалното фолклорно наследство.

Разположението на изявите в културния календар на региона показва придържане към последователността на значимите празници във фолклорната култура – маскарадни игри по Сирни Заговезни, пролетни обичаи по Цветница, коледари и зимна обредност по Коледа. Наситен със събития е месец май като най-удобен за масови празнични събирания. Проявите се провеждат в следната календарна последователност.

*Февруари – март* (по Сирни Заговезни)

Регионален фолклорен празник „Маскарадни игри“

*Април*

Регионален фолклорен събор „Пролетни игри и обичаи – Цветница“ – гр. Твърдица

*Май*

Събор в м. Улищица – кв. Козарево, гр. Твърдица

Фолклорен събор конкурс „Еленово“ – с. Еленово

Фолклорен събор – гр. Кермен

Конкурс-нагпяване „С песните на Йовчо Караванов“ – с. Селиминово

*Юни*

Регионален фолклорен събор „На събор край Тунджа“

Празник на балканските градове „Балканът пее и разказва“

*Август*

Общотвърдишки събор – м. Хайдушка поля-

of folklore tradition indicate trends, capacity and possibilities existing in the contemporary social reality of the local community we have explored. The growing gap between the local traditions and their “authenticity”, the loss of folklore memory, knowledge and repertoire in Krivina village entail a revival of approaches inherited from the community cultural centre amateur groups and practiced by them in the past. In Dolapite, which is now a city quarter, the community is committed to the idea of reconstructing the local folklore heritage into living practices and celebration experiences, while at the same time it is “exported” as their valuable asset and shown to audiences outside the community environment.

The new time renews the folklore heritage preservation and presentation methods. Regardless of its changing content and the fluctuating concepts of traditionalism and authenticity, it is continuously updated because of the common needs of culture the local people have; moreover, it has become an element of the culture potentials of the regions.

### **Folklore fairs and celebrations in Sliven region: the revived local heritage**

Some people describe fairs as a living local tradition museum. The concept of “authenticity” is highly valued. The phrase ‘authentic folklore’ is certainly popular in the public domain; it is, however, questionable in the research community because it is unclear which part of the folklore tradition shall be considered “authentic” if it has drifted away from its natural environment the way it used to be in the past (detached from the context in which it used to function) and is shown on the stage. Indeed, the reproduction of traditional folklore art can follow very old performance styles, but it can just as well be under some influence, manipulated, modernized. The differing perspectives to the concept of traditionalism/authenticity and the traditional folklore characteristics generate tension.

Folklore fairs, all through their more than sixty years of development, have had a strong influence on what bearers, performers, researchers, organizers and audience regard as valuable. As of their very beginning, those events have been following specific goals: to discover, preserve, promote and transmit folklore

на, гр. Твърдица

*Декември*

Регионален фолклорен събор „Зимни празници“ – с. Мечкарево.

Класифицирането на посочените събития според параметри като място на провеждане и време на поява (създаване и/или възстановяване) показва следните реалности.

*Според пространствената им локализация:*

– селищни – „Зимни празници“ (с. Мечкарево);  
– извън селищна среда – Общотвърдишки събор (м. Хайдушка поляна), Фолклорен събор конкурс „Еленово“ (м. Карагере), събор на две съседни села (м. Улищица);

– междуселищни (с промяна на домакинството) – „На събор край Тунджа“ (в селища по речието на реката), „Балканът пее и разказва“ (празник на шест старопланински градове), Маскарадни игри (селища с кукерски игри във фолклорната култура).

*Според появата им във времето:*

– изобретени през социализма, прекъснали в началото на 90-те години, но възстановени заради подходящия си формат (Общотвърдишки събор, празник „Балканът пее и разказва“);

– установени след обществено-политическите промени през 90-те години на XX век като нови празници или вместо някогашни изоставени традиционни селски събори (останалите фолклорни събития).

През социалистическия период интересът към представяне на местното наследство се свежда до функциониране на колективи за „изворен“ и за „обработен“ фолклор по линия на институционализирано любителско творчество. Централизацията на културните дейности не създава в Сливенския регион регулярни селищни фолклорни прояви. (Споменатите два празника, основани през този период, имат по-различен акцент и са градски инициативи.) Доколкото са провеждани окръжни/областни събори на народното творчество, те са свързани с подбор на участници за представяне на поредния Национален събор на народното творчество в Коприщица. Със сходна програмна характеристика е и съществуващият фолклорен събор в Сливенски минерални бани.

След промяната държавните културни ин-

traditions and performance examples of singing, instrumental music and dancing, of verbal folklore, ritual practices and so on. They are the place where the folklore knowledge of bearers and performers meets the research expectations of folklore culture experts and connoisseurs. The two-way interaction reveals, highlights and identifies local folklore assets.

The revival of fairs that were popular in the past, in combination with new folklore fairs and celebrations after the political transformations in Bulgaria, makes the local folklore heritage a resource used by local governments and community cultural centres as a tool to help local communities stand out. There are many organized holiday celebrations in Sliven region that are connected to the idea of folklore culture reproduction as well as to the preservation and continuity of the local folklore traditions.

From the terminology perspective, there are a number of terms used in the names of such events: fair, celebration, competition. They indicate the organizers' intentions, ideas and realisation concerning the event content; sometimes an event can be a combination: a fair and a celebration, or a fair and a competition. The researcher's eye is focused on ten events that have become established in Sliven region as an expression of the local cultural policy of reviving and supporting the local folklore heritage.

The order of events in the regional cultural calendar reveals correspondence with the sequence of the most important celebrations in the folklore culture: masquerade games on the First Sunday before Lent, spring rituals related to Palm's Day, carolling and winter rituals related to Christmas. The month of May, being most appropriate for mass celebration fairs, is rich in events. The events have the following calendar sequence:

*February-March* (the period of the First Sunday before Lent)

Masquerade Games regional folklore celebration  
*April*

Spring Games and Customs – Palm Sunday regional folklore fair in the town of Tvarditsa

*May*

Fair in Ulishtitsa area, Kozarevo quarter, town of Tvarditsa

ституции, управлявали художествената самодейност, са закрити и техните функции остават грижа на местната власт, неправителствени сдружения, читалища. Инициатор на част от новите фолклорни събори, празници, конкурси-напявания, надсвирвания и надигравания в Сливенско става сдружението „Общество за фолклор“, което налага свой организационен модел в Югоизточна България. Концепцията и реализацията на сливенските фолклорни прояви обаче се избистрят и развиват в ползотворното сътрудничество на местните общности в лицето на кметски и читалищни ръководства с музейни специалисти от Регионалния исторически музей в Сливен. Търсенето на експертна помощ за осъществяване на желанието да се развиват празници със специфичен местен облик довежда до компетентното включване на Владимир Демирев – опитен фолклорист и етнолог, изследовател и познавач на локалната фолклорна култура. Оформя се цялостен концептуален замисъл за празнични фолклорни изяви в региона – да се очертаят локални специфики (напр. празник на маскарадните игри с домакинство само в селата, където ги има); да се обхване календарната обредност (зимна, пролетно-лятна) в отделни събори; в статутите да се наблегне на изследователските цели, на издирването, съхранението, популяризирането и предаването на традицията; местните общности да бъдат въввлечени в самоорганизиране и събуждане на интерес към своето фолклорно наследство и местно знание.

С изключение на общинския център гр. Твърдица, фолклорните събори и празници се провеждат основно в села с възможности и потенциал за организирането им, със силни читалищни ръководства, които се наемат да ги осъществят. Представянето им с техните отличителни особености показва разнообразието от реализации на намеренията на специалистите и на общностите да възстановят или да създадат ново събитие.

**Общотвърдишкият събор** е проява с най-дълга история в Сливенския край – провежда се от 1968 г., с прекъсване за около десетилетие, но продължава съществуването си от първата година на XXI век. Организира се от Община Твърдица, Туристическо дружество „Чумерна“ и

Elenovo folklore fair and competition in Elenovo village

Folklore fair, town of Kermen

Yovcho Karaivanov's Songs singing competition, Seliminovo village

*June*

Fair by the Tundzha regional folklore fair

The Balkan Mountains Singing and Narrating, celebration of the Balkan towns

*August*

The General Fair in Tvarditsa, Haydushka Polyana area by Tvarditsa

*December*

Winter Celebrations regional folklore fair, Mechkarevo village

The grouping of those events by such parameters as event place, or time of appearing (creation and/or revival) shows the following:

*Grouping by localisation in space:*

- in residential communities: Winter Celebrations (in Mechkarevo village)

- outside residential communities: The General Fair in Tvarditsa (Haydushka Polyana area), Elenovo folklore fair and competition (in Karadere area), a fair of two neighbouring villages (Ulishtitsa area);

- inter-community (with alternating hosting): Fair by the Tundzha (in the villages along the Tundzha River); The Balkan Mountains Singing and Narrating (a celebration of six towns in the Balkan Mountains); Masquerade Games (in villages with *kukeri* games in their folklore culture)

*Grouping by the time they appeared:*

- devised in the socialist period, they were terminated in the early 1990s, and were revived later because of their appropriate format (the General Fair of Tvarditsa; The Balkan Mountains Singing and Narrating celebration);

- Group of events started after the 1990s social and political transformations as new celebrations, or in place of the discarded former traditional village fairs (the remaining folklore events).

In the socialist era, the interest in presenting local heritage was reduced to functioning "source" or "arranged" folklore companies; they were part of the institutionalised amateur art. The cultural activity centrali-

НЧ „Св. св. Кирил и Методий – 1914“. По спомени на ветерани<sup>10</sup> създаването му е „спуснато“ по партийна линия, за да се утвърди паметно събитие в местността Хайдушка поляна, свързвана с историческото минало. Поставена е паметна плоча, която гласи: „През турско робство тук са лагерували хайдушките чети на Кара Колю, Бойчо Войвода, Злати Касапина, Пею Боюклията, Панайот Хитов, Филип Тотю, Хаджи Димитър, Стефан Караджата. Гр. Твърдица, 1968 г.“. Събитието носи названието Туристически събор. Връчват се и партийни членски книжки. През 70-те години в програмата са включени спортни състезания – народни борби.

Съборът е възобновен през 2001 г. по инициатива на Туристическото дружество и с основен организатор Общината. Замисълът е празникът да стане среща на твърдичани, живеещи в различни краища на България, както и с преселените в Молдова през 1828–1830 г. потомци на местни жители, основали там с. Твардица. Затова съборът е наречен Общотвърдишки. Гостуват групи и изпълнители от Молдова, връзките се затвърждават. През 2018 г. на 50-годишнината от първия събор гостува тогавашният посланик на Украйна Микола Балтажи, потомък на бесарабски българи с произход от Твардица.

Тематичната ориентация на събора към местното историческо наследство поставя акцент върху хайдушката тема – в поздравителните слова на кмета и официалните гости при поднасянето на цветя на паметната плоча, в песните и преданията за хайдути, препоръчителни за изпълнителския репертоар. През годините това се проявява с различна тежест – отначало повече в песенния репертоар на фолклорните изпълнители в програмата, впоследствие и в други форми като възстановките на регионални клубове на Национално дружество „Традиция“<sup>11</sup>. Поднасят се цветя на паметната плоча. Изнася се фолклорна концертна програма с участието на самодейни състави от Сливенска

sation did not create any regular village folklore events in Sliven region. The two celebrations mentioned earlier were, indeed, started in that period, yet their idea was different; moreover, they were urban initiatives. As much as district folklore art congregations were held, they were meant to select participants for the corresponding National Folklore Fair in Koprivshtitsa. The folklore fair program in Slivenski Mineralni Bani had a similar nature.

Following the transformation, the state cultural institutions that were responsible for amateur art were closed down and their functions became the responsibility of the local governments, NGOs and community cultural centres. An NGO called 'Folklore Society' initiated some of the new folklore fairs, celebrations, singing, playing and dancing competitions in Sliven region, and the organisational model they created became leading in Southeast Bulgaria. It should be noted that the concept of the Sliven folklore events and its implementation have been refined and developed through useful cooperation between the local communities represented by municipal and community cultural centre managers and professionals from Sliven Regional Museum of History. The desire to have professional supervision of the efforts to develop celebrations that have their very own local character led to the competent involvements of Vladimir Demirev, an experienced folklore and ethnology researcher of brilliant knowledge of the local folklore culture. The result was a complete concept of folklore celebration events in the region: with local features (e.g. a celebration of masquerade games hosted only by villages that have such games in their traditions); with the calendar rituals (winter, spring-summer) covered in separate fairs; with statutes focusing on research goals, searching for, preservation, promotion and continuity of tradition; with the goal of engaging the local communities in being organised and proactive in learning about their folklore heritage and local knowledge.

With the exception of the municipal centre of the town of Tvarditsa, the folklore events and holidays happen mainly in villages having capabilities and skills to organize them, and also strong community cultural centre leaders that have the stamina to make them happen. The special features shown at those events

<sup>10</sup> Вж. Как се ражда съборът на „Хайдушка поляна“. – Твърдишки глас, бр. 5 (536), 2012, с. 3.

<sup>11</sup> През 2016 г. например е представен изборът на Панайот Хитов за войвода, описан в записките му „Как станах хайдутин“.

област и от други части на България под наслов „Нагпяване и надиграване на хайдушкото сборище“. Деца и възрастни участват в спортни изри-състезания – теглене на въже, скачане, надбягване с чували, шафетни игри. Приготвя се курбан с хайдушки боб, скара, играят се общи хора.

Оповестените цели на събора следват тематична линия, насочена към ценността на традициите и историческото минало:

*Да се запазва и развива традицията за провеждане на събора на „Хайдушка поляна“, като се внасят елементи, свързани с местната фолклорна история;*

*Да се осъществява приемственост в традициите между поколенията, възпитавайки у тях любов към родния край, историческото минало и красивата природа;*

*В хода на подготовката на събора да продължи събирателската и изследователската дейност за проучване на местната фолклорна история*<sup>12</sup>.

Дълготрайно събитие, датиращо от времето на социализма, е и **Празникът на балканските градове „Балканът пее и разказва“**, инициран през 1974 г. от партийни и общински ръководства. Замислен и осъществен е като обща проява с редуващо се домакинство на шест старопланински града (Елена, Дряново, Трявна, Твърдица, Котел и Гурково), обединени според организаторите от местните балканджийски фолклорни традиции и съхранено духовно наследство. В началото се провежда в години на тържествени чествания на исторически годишнини (30 години от победата над монархофашизма, 100-годишнината от Априлското въстание, 100 години от Освобождението на България, 1300 години българска държава, 60 години Септемврийско въстание)<sup>13</sup>. Политическият преход води до неколкогодишно прекъсване на провеждането му, но добрата съвместна практика е възобновена през 1996 г. с ежегоден празник. С годините организаторите от различните градове изработват характерен облик на събитието, развиват и обогатяват кул-

<sup>12</sup> <https://www.sabori.bg/ob-sliven/view.html?oid=21448> (18.11.2021).

<sup>13</sup> Вж.: Народните представители Галя Захариева и Мария Белова гостуваха в Твърдица на „Балканът пее и разказва“. – Твърдишки глас, бр. 5 (581), 2016, с. 1.

reveal the diversity of implemented intentions of the professionals and the communities to revive an old event or to create a new one.

**The General Fair of Tvarditsa** has been the event with the longest lasting history in Sliven region: it was started in 1968. After a pause for about a decade, it keeps happening as of the first years of the 21st century. It is coordinated by Tvarditsa municipality, Chumerna Tourist Association and St. St. Cyril and Methodius – 1914 Community Cultural Centre. Veterans<sup>10</sup> remember that it was started after an instruction of the communist party in order to establish a commemoration event at Haydushka Polyana area – a place connected to our history. A commemoration plate was installed there. It reads: ‘During the Ottoman yoke, this was the camping place of the rebellious fighting companies of Kara Kolyo, Boycho Voyvoda, Zlati Kasapina, Peyu Boyukliyata, Panayot Hitov, Hadzhi Dimitar, Stefan Karadzha. Tvarditsa, 1968.’ The event was called ‘Tourist Fair’. It was also used as a stage to hand communist party membership certificates to new party members. A new element was included in the program in 1970s: folk wrestling.

The fair was revived in 2001, on the initiative of the Tourist Association; the main coordinator was the Municipality. The idea was to turn the event into a meeting of people from Tvarditsa living elsewhere in the country, and also a meeting with the successors of the local residents displaced in Moldova in 1828–1830, who founded the village of Tvarditsa in Moldova. That is the reason why the fair is called ‘General Tvarditsa Fair’. There were visits by companies and performers from Moldova; the connections grew stronger. In 2018, at the 50th anniversary of the first fair, a special guest of the event was the then Ukrainian ambassador Mikola Baltadzhi, a successor of Bessarabian Bulgarians originating from Tvarditsa.

As the main fair theme is the local historical heritage, the focus is on the hayduts; they are mentioned in the welcoming addresses of the mayor and the official guests when laying flower on the commemoration plate, and in the songs and legends about hayduts that are recommendable for the performers’ repertoire. The weight of that main theme has been different in

<sup>10</sup> See: *How the fair on Haydushka Polyana was born.* – Твърдишки глас, 5 (536), 2012, p. 3.

турното му съдържание, подпомагат местните общности в творчески дейности. Градовете се представят като общност със запазени традиционни приятелски връзки, държат на контактите помежду си както по отношение на сътрудничеството между общинските власти, така и по отношение на участниците – обмен на групи, музиканти, изпълнители от различни възрасти.

За официалната част е създадена специфична ритуалност, придаваща тържествен характер – шествие на участниците из града, вдигане и спускане на преходно знаме под звуците на химн на празника (избрана е песента „Хубава си, моя горо“), връчване на знамето и летописна книга за историята на междуградския празник на кмета на следващия град домакин, приветствия от всички кметове пред публиката. Присъединени са възстановки на регионални клубове „Традиция“.

Празникът продължава да се представя за фолклорен с оповестените цели да поддържа и предава на поколенията фолклора на балканските. Фолклорът е и в изображението, емблема на събитието – гъдулка, пеещи петлета, стилизирани фигури на хоро. В реализацията на проявата обаче се наблюдава разминаване със заявеното съдържание – традиционният местен фолклор все повече изчезва от репертоара на изпълнителите. В програмата на „Балканът пее и разказва“ в Твърдица през 2016 г. например участват групи за градски песни, „битови“ хорове с популярен репертоар, танцови състави с шопски и добруджански танци (хореографско творчество), детски танцови формации за съвременни танци и др.<sup>14</sup> Всеки от градовете домакини провежда съпътстващи програмата събития – кулинария, дефиле на традиционно местно облекло, художествени изложби на местни творци. Правят се базари на отделните градове със занаятчийски произведения. Инициатива, започнала в Твърдица, е конкурсната изложба „Куклите – посланици на ценностите на Балкана“. За привличане на нови посетители се разпространяват информационни и рекламни материали. Във връзка с празника Община Твърдица издава дупляна „Балканът пее

the run of time; in the beginning, it was dominating in the folklore performances, and later it appeared in other forms, such as the re-enactments of the regional clubs of Traditsia National Association<sup>11</sup>. The program includes a ceremony of laying flowers on the commemoration plate. Another part is the folklore program performed by amateur companies from Sliven region and from elsewhere in Bulgaria; its motto is ‘Singing and dancing competition at the haydut camp’. Children and adults take part in competition games: pulling a rope, jumping in bags, relay games, etc. They cook haydut white beans as a meal offering; there is barbecue food; all people dance in a circle together.

The promoted fair goals follow the thematic line of highlighting the value of traditions and history:

*To preserve and further develop the tradition of the Haydushka Polyana fair, and to introduce elements related to the local folklore history;*

*To effect tradition continuity between the generations by educating the young in loving their region, its historical past and the beautiful nature;*

*To keep using the process of fair preparation as an opportunity to collect traditional folklore pieces and do research work of the local folklore history<sup>12</sup>.*

A sustainable event that was initiated even in the socialist period, in 1974, by communist party and municipality leaders, is the **Balkan Mountains Singing and Narrating celebration of the towns in the Balkan Mountains**. It was planned and brought into existence as a joint event of six towns in the Balkan Mountains (Elena, Dryanovo, Tryavna, Tvarditsa, Kotel and Gurkovo), with alternating hosting. The coordinators believed that those towns had common mountain traditions and preserved cultural heritage. In the beginning, the event was held in years when important historical anniversaries were celebrated: 30 years of the victory over the monarcho-fascism, 100 years of the April Riot, 100 years of Bulgaria’s liberation, 1300 years of the founding of the state of Bulgaria, 60 years of the September Riot<sup>13</sup>. The political transition resulted

<sup>11</sup> In 2016, for example, the re-enactment was Panayot Hitov’s election as armed group leader, as described in his memoirs ‘How I Became a Haydut’.

<sup>12</sup> <https://www.sabori.bg/ob-sliven/view.html?oid=21448> (18.11.2021).

<sup>13</sup> See: Members of Parliament Galya Zharieva and Maria Belova visited Tvarditsa for The Balkan Mountains Singing and Narrating – Твърдишки глас, 5 (581), 2016, p. 1.

<sup>14</sup> За празника в гр. Твърдица през 2016 г. е направен документален телевизионен филм – <http://eurocom.bg/show/drugi-vidya/4564> (15.08.2021 представянето).

и разказва. Туристически маршрути. Един ден в Твърдица, Гурково, Трявна, Дряново, Елена и Котел” за популяризиране на културно-историческото и природното богатство на участващите градове. Културното сътрудничество между старопланинските градове, изявено чрез представения общ празник, постига съпричастност сред населението и подпомага развитието на региона.

С идеята да се съживи интересът към фолклорната обредност с представянето ѝ на сцена, на втория ден на Коледа (26 декември) в с. Мечкарево се провежда **Регионалният фолклорен събор „Зимни празници“**, утвърден вече в двадесет издания. Преди това неправителственото сдружение „Общество за фолклор“ прави опит за изява в селото със събор „Коледари“, който не сполучва да намери свой облик. Организацията се поема от Община Сливен, кметството и НЧ „Просвета – 1925“. В изработения статут изпъква изследователската фолклористична специализация на неговия автор<sup>15</sup>. Анонсираната цел на събора е да стимулира проучването на традиционната зимна обредност на локално и регионално равнище и да популяризира фолклорната култура сред младите хора. Чрез препоръчителната тематика на събора се търси продължение на утвърдена в съборите за народно творчество насока – да се активизират фолклорните групи към пресъздаване на обредността на сцена. Участници са читалищни самодейни състави от Сливенска област и от страната. Те представят в програмата сценично възпроизвеждане на традиционна обредност от зимния цикъл – Игнажден, Бъдни вечер, коледуване и коледарски песни, Васильовден (Сурваки), Ладуване, Силвестър (Караман), Богоявление (Водици), Бабинден. Съборът е с конкурсен характер – с оценка за най-точно възпроизвеждане на зимен обичай, за изпълнение на обреден танц, за обредни хлябове и сурвакници.

Тематичен събор е и **Регионалният (фолклорен) празник „Маскарадни игри“**. Провежда се около Сирни Заговезни с промяна на домакинството в села със съществуваща маскарадната традиция. Организира се от Община Сливен, съответното кметство и местното читалище.

in an interruption for some years; the successful joint work, however, was resumed in 1996 with an annual celebration. In the run of time, the event coordinators from the different towns built a specific character of the event and still keep developing and expanding its cultural elements; they also give their support to local community art. The towns act as a community having strong friendly relations both as collaboration between the local governments and as links between participants sharing visits of various performers and companies at various ages.

They created a special ritual to make the official part look stately: a procession of the participants in the town, hoisting the transitional flag and taking it down while the event anthem is being played (this is the song ‘Hubava si, moja goro’ – ‘You are beautiful, my forest’), handing the flag and the event record book to the mayor of the town that will host the next event, and public welcoming speeches of all mayors. Re-enactments of the regional Traditsia clubs are performed.

The celebration is still described as a folklore event, with the goals that have been declared: to maintain the folklore of the people living in the Balkan Mountains and ensure its continuity between the generations. Folklore can be seen on the event logo: a *gadulka*, singing roosters, and a stylized horo dance. In reality, however, there is a growing discrepancy between the description and the actual performances, as the traditional local folklore in the performers’ repertoire is diminishing. The program of the Balkan Mountains Singing and Narrating event in Tvarditsa in 2016, for example, included companies performing town songs, ‘traditional’ choirs performing popular songs, dancing companies showing dances from other regions (produced by choreographers), children’s dancing companies for modern dances and so on<sup>14</sup>. Every hosting town makes accompanying events: cooking, traditional local costume show, exhibitions of local artists, etc. The towns organize artisan bazaars. Tvarditsa started an initiative for a competition exhibition under the motto ‘Dolls as messengers of the values of the Balkan Mountains’. Information and advertising materials are made in order to attract new visitors. To promote the cultural heritage and the natural sights of the participating towns, Tvarditsa Municipality has made a special flyer: ‘The Balkan Mountains Singing and Narrating. Tourist

<sup>15</sup> Владимир Демирев от Регионалния исторически музей – гр. Сливен.

<sup>14</sup> A documentary TV film was made about the holiday in Tvarditsa in 2016 – <http://eurocom.bg/show/drugi-vidya/4564> (15.08.2021).

Домакини през годините са села, възобновили и поддържащи кукерския ритуал – Камен, Тополчане, Блатец, Горно Александрово, Драгоданово, Трапеклово, Глушник. Съборът следва концептуалната насока за съхраняване и популяризиране на локалната и регионалната специфика на културното наследство с нараснала значимост в съвременността, каквито са характеристиките на фолклорните маскарadni изри. Оценките за участниците в състезателната програма с награден фонд са в тематични категории в рамките на традиционния годишен календар – зимна, пролетна, лятна и семейна маскарadна обредност. Отново се поощрява най-точното възпроизвеждане на ритуал или фрагмент от него, обреден танц, както и атрактивното обредно облекло, маска, реквизит и реконструкция, близка до старата традиция.

В календарната последователност на фолклорните събития идва редът на **Регионалния фолклорен събор „Пролетни изри и обичаи – Цветница“** в гр. Твърдица. Събитието претърпява метаморфози във времето от основаването му през 1994 г. като Национален детски фолклорен празник със същото название. Празникът е обявяван за национален до десетото му издание през 2008 г., като е получавал подкрепата на Министерството на образованието и науката, Министерството на културата, областни и общински структури. Следващите пет събития редуцират своя обхват в регионален детски празник. Вниманието на организаторите е насочено към пробуждане на интерес у подрастващите до 16-годишна възраст към българската фолклорна традиция чрез усвояване на пролетни изри, песни, обредни действия. Препоръката в един от статутите на проявата (2005) е „художествените ръководители да подготвят участията в празника, опирайки се на местния фолклор, като се консултират с носители на фолклорната традиция, музейни, читалищни дейци и компетентни специалисти“, а „групите за изборен фолклор внимателно да подбират костюмите, реквизита и инструментариума, съответстващи на битовата вяръност на народната традиция“. За да се разширят възможностите за разнообразяване и обогатяване на празничната програма, от 2015 г. се включват изпълни-

Itineraries. A Day in Tvarditsa, Gurkovo, Tryavna, Dryanovo, Elena and Kotel'. The cultural cooperation between the participating towns manifested in the joint celebration helps the local population feel engaged, and supports the development of that region.

The efforts to revive the interest in folklore rituals by staging them have led to the creation of the **Zimni Praznitsi (Winter Celebrations) Regional Folklore Fair** in Mechkarevo village on the second day of Christmas (December 26). It is already a well-established event that has happened twenty times by now. Prior to it, the Folklore Society NGO made an attempt to make a Carolling fair in the village, but it failed to find an adequate form. The coordination was a joint effort of Sliven Municipality, the Mayor's office and Prosveta – 1925 Community Cultural Centre. The Statutes clearly revealed their author's folklore research education<sup>15</sup>.

The goal of that fair was to promote the research of the traditional local and regional winter rituals and to campaign for the folklore culture among the young people. The recommended fair themes were an attempt at continuity of the established goal of folklore fairs to motivate folklore groups to stage local rituals. The participants were amateur community cultural centre companies from Sliven region and from other parts of the country. They performed stage re-enactments of traditional rituals of the winter cycle: St. Ignatius Theophorus's Day, Christmas Eve, carolling, St. Basil's Day (*Survaki*), *Laduvane*, St. Silvestre's Day, Epiphany, *Babinden*. The fair had a strong competition element: the most truthful winter ritual re-enactment, the best performance of a ritual dance, the best ritual bread, the best *Survaki* twig.

**Masquerade Games regional (folklore) celebration** is another thematic fair. It happens in the period of the First Sunday before Lent with alternating hosting in villages that used to have a masquerade tradition. It is organized by Sliven Municipality jointly with the mayor's office and the community cultural centre of the hosting village. In the different years, the event was hosted by villages in which the *Kukeri* ritual had been revived and kept alive: the villages of Kamen, Topolchane, Blatets, Gorno Aleksandrovo, Dragodanovo, Trapeklovo, and Glushnik. The concept followed by the fair is preservation and promotion of the local and regional character of cultural heritage showing a growing significance today, such as the nature of

<sup>15</sup> Vladimir Demirev from the Sliven Regional Museum of History.

телски формации без възрастови ограничения. Обредното представяне обхваща фолклорните календарни празници Трифоновден, Харалампий, Власовден, Сирни Заговезни, Първи март, маскарадни игри, Кукери, Буенец, Тодоровден, Свети 40 мъченици, Лазаруване, Великден, Гергьовден. Освен изпълнения, близки до местната обредна традиция, проявата допуска присъствието на танцови и певчески колективи с изпълнения на авторски песенни и хореографски обработки на фолклорна основа, които все повече доминират сред участниците.

Според документация в читалищния архив съпътстващи празника са били конференции и разговори за приобщаването на децата към фолклора с участието на фолклористи, етнологзи, музиколози, художествени ръководители, читалищни дейци, преподаватели от училищата на общината на теми като „Детското фолклорно творчество и културното наследство“ (2005), „Пролетната обредност в община Твърдица“ (2011) и др.

По-различен център на други организирани фолклорни изяви в Сливенско са конкурсите на името на фолклорни изпълнители с национална или регионална известност, произхождащи от селища в района. Според една типология на фолклорните фестивали, събори и конкурси според ролята на музиката в тях този тип културни събития се характеризират главно с музикално присъствие (Братанова 2019). Емблематична фигура за фолклорната певческа култура, представителна за тракийския мъжки певчески стил<sup>16</sup>, е роденият в с. Селиминово Йовчо Караиванов. За популяризиране на неговия репертоар и изпълнителско майсторство сред индивидуални изпълнители и фолклорни певчески групи, за стимулиране на млади талантиливи тракийски певци в родното място на изтъкнатия изпълнител вече единадесет пъти (на две години от 1999 г.) е осъществен конкурс-нагпяване „С песните на Йовчо Караиванов“. Нагпяването се провежда по стандартите на този тип конкурсни прояви – в четири възрастови категории, с изпълнения на бърза и бавна песен, едната от които задължително е от репертоара на Йовчо Караиванов.

the masquerade folklore games. The participants in the competition with awards are evaluated in different thematic categories in the framework of the traditional calendar: winter, spring, summer and family masquerade rituals. Here again the highest score is received for the most truthful re-enactment of a ritual or a fragment of it, a ritual dance, and also for attractive ritual costumes, masks, props and re-enactment close to the original tradition.

Next in the calendar sequence of folklore events is the **Spring Games and Customs on Palms Day regional folklore fair** in Tvarditsa. The event has been through metamorphoses since it was originally started in 1994 as a national folklore celebration for children under the same title. The event was national until its tenth time in 2008, as it was supported until then by the Ministry of Education and Science, the Ministry of Culture, regional and municipal structures. The scope of the five events that followed was reduced to a regional children's celebration. The coordinators' idea was to raise the awareness of the children under 16 about the Bulgarian folklore tradition by learning spring games, songs and rituals. A recommendation given in one of the event statutes (2005) was that the 'art directors should prepare the participations in the event closely following the local folklore under the guidance of folklore tradition bearers, museum and community cultural centre workers and competent professionals', while the 'source folklore companies should carefully choose their costumes, props and instruments in compliance with the common folklore tradition truthfulness'. Since 2015, performance companies without any age limits have been allowed in order to enlarge the program diversity. The rituals that are presented cover the folklore calendar holidays of St. Trifon's Day, St. Charalampos's Day, St. Blaise's Day, the First Sunday before Lent, the First of March, masquerade games, *Kukeri*, *Buenets*, St. Theodor's Day, the Holy 40 Martyrs' Day, St. Lazarus's Day, Easter, St. George's Day. Along with performances close to the local traditional rituals, the event is also open to dancing and singing companies performing copyrighted folklore-based song and dance arrangements, and this seems to be a strongly growing trend.

The documentation kept in the community cultural centre archive reveals that there were side events happening alongside the celebration: conferences and discussions on engaging children in folklore activities, the participants in which were specialists in folklore and ethnology, music critics, art directors, community

<sup>16</sup> Вж. повече у Цветкова 2019.

С организационните усилия на Община Сливен, кметството на с. Селиминово и местното читалище „Светлина – 1926“ през годините конкурсът става популярен не само сред участници от селищата на Сливенска област, но и от областите Ямбол, Стара Загора, Бургас, Добрич, Велико Търново и др. Събитието разнообразява програмата на Майските празници на културата „Сливенски огньовете“.

**Фолклорният събор в гр. Кермен** е организиран от Община Сливен, кметството на града и местното читалище. Съществува от 1991 г. и също е включен в програмата на Майските празници на културата „Сливенски огньовете“. Времето за провеждането му е около Герзювден, с периодичност на две години. В рамките на събора протичат и два конкурса – надсвирване за наградата на името на кавалджията Досьо Милков и надиграване за наградата на името на Динко Орсов. Двамата са родом от Кермен, били са сред първите изпълнители в Държавния ансамбъл за народни песни и танци на Филип Кутев и са носители съответно на стария местен стил кавалджийско свирене и на традиционния тракийски танц. В различни възрастови категории в двата отделни конкурса участват музиканти и танцьори, които показват умения в инструментални и танцови изпълнения от тракийския фолклор. Първоначално надсвирването е ограничено само за кавалджи, но се налага разширяване с изпълнители и на други фолклорни инструменти. За привличане на интереса на публиката програмата на събора се разнообразява извън конкурсите от групови и индивидуални певчески и инструментални изпълнения, представяне на обредни моменти, традиционни занаяти, показ на носии. Търсенето на „съборянска“ атмосфера се осъществява със „слизане“ на програмата от сцената на поляни край кметството, в близък контакт с публиката. В този дух някои издания на събора са съпътствани от състезания – народни борби.

Настоящият **Фолклорен събор конкурс „Еленово“** също претърпява трансформация във времето. В продължение на двадесет години ежегодното фолклорно събитие в с. Еленово представлява съчетание на Великденски фолклорен събор и конкурс на името на гъдуларя Минчо

cultural centre activists and teachers in the schools in the municipality. The topics were ‘Children’s folklore and cultural heritage’ (2005), ‘Spring rituals in Tvarditsa Municipality’ (2011), etc.

Another core of other organized folklore events in Sliven region are the competitions bearing the names of countrywide and worldwide known folklore performers from the region. A typology of folklore festivals, fairs and competitions based on the role music plays in them placed those events in the group of cultural events in which music dominates (Братанова 2019). An iconic figure of the folklore singing culture representative of the Thracian male singing style<sup>16</sup> is Yovcho Karaivanov, born in Seliminovo village. **With Yovcho Karaivanov’s songs competition in singing** was organized in that renowned singer’s birthplace as a biannual event in 1999 to promote his repertoire among solo singers and folklore singing groups and to motivate talented young Thracian singers. The event has already happened eleven times. The singing competition follows the standards in this type of competitions: in four age groups, with two songs – a slow one and a quick one; one of the songs should be from Yovcho Karaivanov’s repertoire. Through the coordination efforts of Sliven Municipality, the mayor’s office in Seliminovo village and the local community cultural centre – Svetlina-1926 – in the run of time the competition popularity went beyond the boundaries of Sliven region and reached the regions of Yambol, Stara Zagora, Burgas, Dobrich, Veliko Tarnovo and so on. This event adds diversity to the program of Slivenski Ogniove culture celebrations in May.

**The folklore fair in the town of Kermen** is organized by Sliven Municipality jointly with the mayor’s office and the local community cultural centre. It started its existence in 1991, and is now part of Slivenski Ogniove culture celebrations in May. The period it happens is around St. George’s Day; it is also a biannual event. There are two competitions in the framework of that fair: in instrumental performance for the award on the name of the *kaval* player Dosyo Milkov, and in dancing for the award on the name of Dinko Orsov. Both of them were born in Kermen, they were among the pioneering performers of the Philip Koutev National Folklore Ensemble, and are bearers of the old local type of *kaval* playing and the traditional Thracian dance. Musicians and dancers in the two separate com-

<sup>16</sup> For more, see Цветкова 2019.

Недялков. Отново централно внимание е отредено на паметта на именит музикант, израснал в селото – изявен в радиото и по концертните сцени като солист и в оркестрови състави, един от първите преподаватели по гъдулка във фолклорното музикално училище в Котел. Конкурсът е създаден с участието на сдружението „Общество за фолклор“, еленовското читалище „Светлина – 1908“ и местните власти. Музикантските си умения представят инструменталисти и изпълнители на песенен фолклор от региона и от други краища на страната. Провеждан е на втория ден на Великден в центъра на селото или в читалището. Местните организатори преценяват, че изявата се нуждае от обновяване. Освен музикалното съперничество се включват още конкурсни категории – танцови фолклорни изпълнения и представяне на пролетно-лятна обредност. Сътрудничеството на читалищните организатори с фолклориста Вл. Демирев довежда от 2017 г. до сполучливо преобразуване в облика на събитието и изработването на нов регламент. Припомнянето за някогашния традиционен селски събор на патрона на черквата св. пророк Йеремя (1 май) променя времето на провеждането му в календара и сменя наименованието на проявата. Преместването от центъра на селото в природно пространство в местността Карадере – на широки поляни до гора, край малък язовир, в близост до лозовите масиви и винарската изба „Миролио“, с временни търговски обекти, места за хранене и забавления, създава нови възможности за привличане на повече посетители на събора. Програмата се разширява в два дни и на две сцени, обхваща участници от по-далечни краища на страната. Разширяването на културните контакти на читалището довежда до гостуване с концерт на събора на професионалния Ансамбъл за български народни песни и танци „Родолубие“ от гр. Тараклия, Молдова. Музикални гости с вечерни концерти са популярни фолклорни изпълнители. Системно е участието на регионалните клубове „Традиция“ от Нова Загора, Сливен и Ямбол с исторически възстановки и традиционна тракийска сватба. Инициативността и организационните усилия на читалищното ръководство привличат немалко частни спонсори. Фолклорният събор в Еленово е създал успешен модел за функционира-

petitions demonstrate their skills in instrumental and dance performances of Thracian folklore in different age groups. Originally, the instrumental competition was for *kaval* players only, but it was widened later to allow musicians playing other folklore instruments. To attract more audience, the fair program, along with the competitions, includes solo and group singing and instrumental playing, presentations of ritual elements, traditional crafts and costumes. To achieve the typical ‘fair’ mood, the program ‘gets off the stage’ down to meadows close to the mayor’s office, in a close contact with the audience. To strengthen that mood, some of the events include traditional wrestling competitions.

The existing **Elenovo Folklore Fair & Competition** has also been through transformations. In the run of twenty years, the annual folklore event in Elenovo village was a combination of Easter folklore fair and a competition on the name of the *gadulka* player Mincho Nedyalkov. Once again, the focus is on the memory of a renowned musician, who was born and grew in the village. He was popular on the radio and on concert stages both as a soloist and as an orchestra player; he was also one of the first teachers of *gadulka* in the Folklore Music School in Kotel. The competition was started by the Folklore Society association, Svetlina – 1908 Community Cultural Centre in Elenovo, and the local government. Instrumentalists and folklore singers from the region and from elsewhere in the country demonstrate their musical skills. The event happens on the second day of Easter in the village centre or in the community cultural centre. As the local coordinators decided that the event needed some renewal, new competitions were included alongside the music contests: folklore dancing and staging of spring and summer rituals. The collaboration of the community cultural centre coordinators with the folklore specialist V. Demirev yielded in 2017 a successful transformation of the event and new event rules. To make a link to the former traditional village fair on the day of the village church patron St. Jeremiah (1 May), the event date was changed; so was the name of the event. Its venue was moved from the village square to the natural space of Karadere area, on large meadows by a small dam, with a forest nearby, close to large vineyards and to Miroglio Winery. The program was expanded to two days, on two stages, and included participants from remote parts of the country. The wider cultural contacts of the community cultural centre resulted in a visiting concert of Rodolyubie Professional Ensemble for Bulgarian

не на местна културна проява с добро качество, значимост и многостранно въздействие за локалната общност.

**Съборът в местността Улищица** ежегодно на 1 май събира жителите на две съседни села в различни административни области – с. Конаре в община Гурково, Старозагорска област, и Козарево, квартал на гр. Твърдица. Мястото има стара история за събирането на роговете за маслосвет и водосвет на Летен св. Никола (9 май) при останките на средновековен манастир с името на светеца. Правен е курбан, разменяни са продукти от личните стопанства. Днешният събор на двете села се провежда в близост до останките на средновековен град (Улинград, Юленград), разрушен при османското нашествие. Недалеч има аязмо – лековит извор, свързан във фолклорната култура и с излизания на младите на Гергьовден<sup>17</sup>. Въпреки периодични прекъсвания във времето, този междуселищен събор, оказал се устойчив и потребен за местните хора, е възстановяван по инициатива на младежи през 1979 г. и на пенсионерските клубове от двете селища през 90-те години. Хората смятат, че имат общи предци, живели в Улинград, които са избягали и са се разселили оттам.

Програмата на събора е стандартна – открива се с приветствие на кметовете на двете населени места, следват изпълнения на самодейни състави при читалища и пенсионерски клубове от Твърдица и Конаре. Има сергии, скара и места за хранене. Възвърната е идеята за събора като място за срещи и общуване между роднини и познати, общи трапези, разходка сред природата, на място с историческа и културна стойност, запазена в локалната памет.

Интересен и амбициозен е замисълът на още една междуселищна инициатива с ангажираното участие на Вл. Демирев, **Регионалният фолклорен събор „На събор край Тунджа“** – да се срещнат фолклорните култури на селищата по поречието на река Тунджа, от горното течение чак до Одрин. Въпреки че идеята не е реализирана докрай като привлечение на участници от ця-

Folklore Songs and Dances from the town of Taraclia in Moldova. Popular folklore performers were music guests with evening concerts. Traditsia regional clubs from Nova Zagora, Sliven and Yambol are regular participants showing historical re-enactments and traditional Thracian wedding. The proactive work and the coordination efforts of the community cultural centre directors attract many private sponsors. The folklore fair in Elenovo has become a successful model of a functioning local cultural event of good quality, significance and multisided effects on the local community.

**The fair at Ulishtitsa area** brings together on 1 May every year the people living in two neighbouring villages yet in different administrative regions: Konare village in Gurkovo Municipality, Stara Zagora region, and Kozarevo, a quarter of the town of Tvarditsa. The area has a history of bringing families together for oil consecration and water consecration on the summer holiday of St. Nikola (9 May) by the ruins of a monastery from the Middle Ages, the patron of which was St. Nikola. At those events in the past, people made food offerings and exchanged products from their family farms. The contemporary fair of the two villages happens close to the remains of a mediaeval town (Ulingrad, Yulengrad) that was destroyed by the Ottoman invasion. There is a healing water source nearby; in the folklore culture, it is connected to traditional outings of young people on St. George's Day<sup>17</sup>. Regardless of the periods of interruption, that inter-village fair was obviously sustainable and necessary for the local people and was therefore resumed on the initiative of young people in 1979 and on the initiative of the pensioners clubs of the two villages in the 1990s. The people believe that in earlier times they had common ancestors in Ulingrad, who ran away and settled in other places.

The fair program follows the standard routine: welcoming speeches of the two village mayors followed by performances of amateur companies from the community cultural centres and pensioners clubs of Tvarditsa and Konare. There are various stalls, barbecues and places to sit and have a meal. The idea of the fair was reborn; now it is again a venue for families and friends to meet, to sit at shared meals, to walk in the natural setting by a place of historical and cultural value preserved in the local memory.

<sup>17</sup> Легенди и предания, фиксирани местно знание за тази част от фолклорната история и култура, вж. у Демирев, Тодорова, Дечев 2011.

<sup>17</sup> Legends and tales in which local knowledge of those segments of cultural history and culture are fixed, See in Демирев, Тодорова, Дечев 2011.

лата обширна територия край реката, съборът продължава над две десетилетия да изпълнява ролята си да събира през година фолклорни изпълнители от тунджанските села. Като места за провеждането му след първия събор в с. Крушаре се редуват селата Злати Войвода, Самуилово, Желю Войвода, Ковачите, Чокоба, а някои повтарят и потретват домакинството си. В избора на пространство за проявата с помощта на сливения музеен специалист се определят подходящи, символни за селището територии. Заложено е съборът да прилича на някогашните междуселски събори и да се провежда на значими за локалните общности култови места – аязми, манастирища, параклиси, свързани с концентрация на фолклорна обредност<sup>18</sup>. Едно от изданията в с. Чокоба е осъществено около светилището Острия камък, обживявано в местната фолклорна култура със заговезнишки огньовете и пролетни обредни излизания с посветителен характер. При домакинството на с. Самуилово



Фолклорен събор в м. Улищица. Сн. Н. Рашкова, 2011 г.  
Folklore fair, area of Ulishtitsa. Photo by N. Rashkova, 2011

съборът е разположен край т.нар. Набожна меша – старо оброчище с вековни дъбови дървета, което вече е парк в самото село. Там в миналото е ставал голям селски събор с курбан за светите Константин и Елена<sup>19</sup>. Добрите намерения за възстановяване на старите места не навсякъде могат да се удържат заради организационни трудности пред местната власт и читалището да осигури битови удобства за осъществяването



Фолклорен събор в м. Карадере, с. Еленово. Сн. Н. Рашкова, 2018 г.  
Folklore fair, area of Karadere, Elenovo village. Photo by N. Rashkova, 2018

There is another interesting inter-village initiative in which V. Demirev is engaged to participate: **Na Sabor kray Tundzha (Fair by the Tundzha) regional folklore fair**; his ambitious idea is to be the venue for the folklore cultures of the towns and villages along the Tundzha river, starting from its upper stretch and reaching downstream to Edirne. Although the fair has not managed to fulfil its ultimate goal to attract participants from the whole vast territory along the river, for two decades it has been performing its role to bring together folklore performers from the villages along the Tundzha. After the first event in Krushare village, the other alternating hosts were the villages of Zlati Voyvoda, Samuilovo, Zhelyu Voyvoda, Kovachite and Chokoba. Some of the villages have hosted the event two or three times. With the assistance of the specialist from the museum in Sliven, the places chosen for the event bear a deep meaning for the hosting village. The concept of the fair is that it should be like the inter-village fairs of old times; therefore, it should happen at places of local cults significant for the hosting community and connected to concentrated folklore rituals, such as healing water sources, old monastery grounds and chapels<sup>18</sup>. One of the fairs in Chokoba village was by the Ostriya Kamak shrine that is kept alive in the local folklore culture by building fire on Shrovetide, and spring ritual outings of initiation nature. When the host was Samuilovo village, the fair was by the so-called Nabozhna Mesha – an ancient consecrated ground with venerable trees that has already become a park in the village. In the old times, that ground was

<sup>18</sup> Вж. повече у Демирев 2014.

<sup>19</sup> Според проучванията на Вл. Демирев (Демирев 2014: 98).

<sup>18</sup> See more in Демирев 2014.

на съвременното фолклорно събитие. Затова в с. Крушаре Вместо намерението съборът да се изнесе извън селото до реката, недалеч от възстановено аязмо, остава в центъра на селото. Така е и с повторното му провеждане в с. Чокоба – в центъра Вместо на Острия камък.

Програмата на събора е обърната към традиционните форми на фолклора. Участници от различни възрасти представят песенни и инструментални изпълнения, танцов фолклор, възпроизвеждане на обредност като Буенек, Пеперуда, Еньовден, жътва и други от пролетно-летния календар. В години с национални събори на народното творчество в Копривщица тук е извършвана предварителната селекция на участници от Сливенска област.

Организираните събори и празници в Сливенско изпълняват важна обществена функция. Обръщането към фолклора в регион с дълбоки и задълго съхранени фолклорни традиции е продължение на нагласите на местното население чрез тях да изразява локалната си културна специфика. Те създават място за изява и социални контакти на изпълнители от читалища, училища, сдружения, пенсионерски клубове, възвръщат в селищните общности интереса към собствено им културно наследство, възприемано като обект на ценностно отношение, оживяват и разнообразяват социалния живот. Как ще продължи съхраняването, развитието или пък изчерпването на тези традиционни празнични формати зависи от тяхната значимост и ценност за местните общности, от необходимостта това културно наследство да съществува и да се интерпретира в съвременността.

\*\*\*

Културното наследство е от жизненоважно значение за опазването на паметта и идентичността на общностите. То е и фактор в консолидирането на локалните общности и самопредставянето им пред „другите“. Когато местното наследство е известно и се ползва от хората, възниква необходимост то да умножи ценността си (да се валоризира) и да получи по-широко обществено достояние. Днес значението на културното наследство се свежда не само до удовлетворяване на човешки културни

the place of a large village fair with meal offering to St. Constantine and St. Helen<sup>19</sup>. It is not always possible to fulfil the good intentions and restore the old places, because it is sometimes impossible for the coordinators – the local government and the community cultural centre – to ensure convenient conditions for a contemporary folklore event. Therefore, when the host was Krushare village, the fair remained on the village square instead of going outside the village, by the river, not far from the restored healing water source. Similar was the case with the second hosting of Chokoba village: it was in the village centre instead of going to the Ostriya Kamak place.

The fair program is oriented to the traditional folklore forms. Participants in different age groups perform songs and instrumental music, folklore dances, ritual re-enactments such as Buenek, Peperuda, Midsummer Day, harvest and other spring and summer calendar traditions. In the years when the national folklore fairs in Koprivshtitsa are organised, this is the place for the selection of participants from Sliven region.

The celebrations and fairs that are organized in Sliven region perform an important social function. The return to folklore in a region of deep and long-lasting folklore traditions is a continuation of the local people's desire to express their local cultural distinctiveness. They serve as a place to perform, to build contacts between performers from community cultural centres, schools, associations and pensioners clubs; to restore the local community interest in their own cultural heritage perceived as an asset; to brighten up the local social life and add diversity to it. The future preservation, development or depletion of those traditional celebration formats depends on how much significance and value the local communities find in them, and on the need for the cultural heritage to exist and be interpreted today.

\*\*\*

Cultural heritage is vital for the preservation of community memory and identity. Furthermore, it is a factor in the consolidation of local communities and their self-presentation before “others”. When the local heritage is known and used by the people, a need arises for its value to grow (to be valorised) and to become widely accessible. The importance of cultural heritage today is not limited only to meeting human

<sup>19</sup> According to V. Demirev's research (Демирев 2014: 98).

потребности, до стремежа към съхранението му за бъдещите поколения, но има и по-широка трактовка – като стратегически ресурс за социално-икономическо развитие и за подобряване качеството на живот. Вниманието към културните ценности от различен характер укрепва социалната сплотеност, активизира гражданското самосъзнание, формира чувство на съпричастност към местообитанието.

**Доц. г-р Наталия Рашкова**

*Институт за етнология и фолклористика  
с Етнографски музей –  
Българска академия на науките  
ул. „Акад. Георги Бончев“, бл. 6  
1113 София, България  
natalia.rashkova@iefem.bas.bg  
natalia.rashkova.iefem@gmail.com*

cultural needs and to the desire to preserve it for the future generations. It has a broader interpretation as a strategic resource for social and economic development and for a better quality of life. Focusing on various cultural assets strengthens the social cohesion, activates the civil self-consciousness and builds a feeling of empathy to the place where people live.

**Assoc. Prof. Natalia Rashkova, Ph.D.**

*Institute of Ethnology and Folklore Studies  
with Ethnographic Museum –  
Bulgarian Academy of Sciences  
3, Acad. Georgi Bonchev Str., Bl. 6  
1113 Sofia, Bulgaria  
natalia.rashkova@iefem.bas.bg  
natalia.rashkova.iefem@gmail.com*

**Литература / References**

**Бокова, Ирена 2013.** Културни различия – наследства и експониране. – В: Алексиева, Соня, Ирена Бокова. *Туризм и културно наследство*. София: Нов български университет, 101–121.

**Братанова, Рагка 2019.** Фолклорен събор, фестивал, конкурс в съвременността. Значение и място на музиката в тях. – *Български фолклор*, № 2, 130–144.

**Демирев, Владимир, Васил Дечев, Надежда Тодорова 2011.** *Фолклорна история на Твърдишко*. Сливен: ИК „Жажда“.

**Демирев, Владимир 2014.** *Местно знание и сакрална топография в Сливенско*. Сливен: ИК „Жажда“.

**Джиджев, Тодор 2009.** *Фолклор и съвременност. Сборник статии*. София: Съюз на българските композитори.

**Димитров, Тодор 1969.** *Възроден край*. София: Издателство на Националния съвет на Отечествения фронт.

**Живков, Тодор ИВ. 1981.** *Фолклор и съвременност*. София: Наука и изкуство.

**Найденова, Горица 2016.** „Тамбура, боядисана в червено, беззвучна“: селската художествена самодейност между 1944 и 1954 г. – В: VI *Академични пролетни четения „Музика и диктат“*. Сборник доклади. София: НМА „Проф. Панчо Владигеров“, 48–62.

**Найденова, Горица 2017.** Азитки, хорове и сетенки: първото десетилетие на управляваната художествена самодейност в България (1944–1954). – *Българско музикознание*, 41(1), 20–43.

**Ненова, Стела 2016.** *Българските читалища и съхранението на фолклора*. Дисертация (ръкопис). София: Институт за етнология и фолклористика при БАН.

**Цветкова, Данка 2019.** *Мъжкото фолклорно изпълнителство в Сливенско – познато и непознато*. Пловдив: АМТИИ „Проф. Асен Диамандиев“.

## Бленуваният свят на траките

Николай Сираков

**Резюме:** За траките отвъдният свят е светът на блажените, на благоденствието. Само посветените в тайното познание имат достъп до този утопичен свят. Самоусъвършенстването, придобито чрез тайното познание води до безсмъртие. Затова е необходимо да изминеш пълния цикъл в своето развитие – от смъртен, до херой, антроподемон до качествена определеност бог, т.е. съвършен. Блаженият живот в златното отвъдно, редом до боговете и праотците, дава смисъл на живота на тракийския аристократ – воин. За да бъде избран, той трябва да се идентифицира, чрез достойни за статуса му реалии. Затова погребалните дарове са скъпоценни предмети: оръжия, накити, съдове. Тези инсигнии са пропуск в бленувания свят на траките.

**Ключови думи:** тракийска култура, блажен живот, погребални дарове

Утопия<sup>1</sup> изобразява един желан, съвършен свят, който е различен от реално съществуващия<sup>2</sup>. В най-доброто си произведение „Държава-та“ древногръцкият философ Платон под формата на диалози обсъжда теорията на формите, безсмъртието на душата и ролите на философа и поезията в обществото. В сократически диалог за природата на реда и справедливостта и характера на праведния град – държава и на праведния човек, Платоновата „Държава“ се приема за първата утопия (Платон 2014).

В края на II хил. пр.Хр. – началото на I хил. пр.Хр. върху облика на тракийската култура изключително влияние оказва новото общотракийско религиозно-митологично осмисляне на света, определено от Александър Фол като тракийско орфическо учение (Фол 1972: 48–53). Същностна характеристика на тази светогледна система е идеята за самоусъвършенстването и за безсмър-

<sup>1</sup> На гръцки: „ου“ – не и „τόπος“ – място, т.е. място, което не съществува.

<sup>2</sup> Част от проблематиката е разработена по проект „Културни ресурси, валоризиране на наследства и местно развитие“, финансиран от Фонд „Научни изследвания“, с базова организация ИЕФЕМ – БАН (ДН20/12 от 20.12.2017 г.).

## The World the Thracians Craved For

Nikolay Sirakov

**Summary:** For the Thracians, the world beyond was the world of bliss, the world of the happy. The access to that utopia world was open only to those initiated in the secret knowledge. Self-perfection through the secret knowledge granted immortality. To achieve it, one had to go through the full cycle of personal development: from a mortal to a hero, an anthropodemon to the defined quality of god, i.e. complete. The blissful life in the golden world of beyond, side by side with gods and ancestors, gave meaning to the life of the Thracian noble warrior. To be chosen, he was supposed to manifest his identity by realities befitting his social standing. That was the reason why the funeral gifts were objects of value: weapons, jewels, vessels. Such insignia were the pass to the world the Thracians craved for.

**Keywords:** Thracian culture, blissful life, funeral gifts

Utopia<sup>1</sup> reveals a desired perfect world that is not like the existing one<sup>2</sup>. In his best work, *Republic*, the ancient Greek philosopher Plato discusses in Socratic dialogues the theory of forms, the immortality of the soul, and the role of philosophers and poetry in society. In the dialogue about the nature of order and justice and the nature of the just polis and the just man, Plato's *Republic* is regarded as the first utopia (*Pl. Rep.*).

In the late 2nd millennium BC and the early 1st millennium BC, the Thracian culture experienced the exceptionally strong influence of the new All-Thrace religious and mythological perception of the world that Alexander Fol defined as Thracian Orphic doctrine about the world (Fol 1972: 48–53). The most essential point of this view on the world was the idea of self-perfection and immortality. Its fundamental nature was esoteric, i.e. secret, and therefore belonged to those initiated in the sacred knowledge; it was, however, exoteric as well, i.e. open for those, who were informed about it, but were not initiated. It suggested a mystical phil-

<sup>1</sup> From Greek: 'ου' – no, and 'τόπος' – place, i.e. a non-existing place

<sup>2</sup> Part of this topic is covered under the project 'Cultural Resources, Heritage Valorization and Local Development', funded by the National Science Fund, Contract 20/12 of 2017 with IEFSEM – BAS.

тието. Тя в основата си е езотерична, т.е. тайна, и принадлежи на посветените в свещеното знание, но също така е и екзотерична, т.е. явна, присъща за онези, които знаят за нея, но остават непосветени. Тя предполага мистично-философско разбиране на космическия и социалния ред, т.е. представата за цялостния строеж на света. Учението е аристократично, като набляга на идеята за божествения произход на царската власт и вярата в безсмъртието на душата. За наличието на аристократични мистериални култове (на Орфей, на Залмоксис) в Тракия дават сведения Херодот, Страбон, но също така надписът от Севтополис (Димитров 1960: 3–15), изобразителните текстове върху съдовете от Боровското, Панагюрското и Рогозенското съкровища, хидрията от Башова могила и др. (Маразов 1992: 335–338; Маразов 2011). В този смисъл пътят към самоусъвършенстването, придобит чрез тайното познание води до безсмъртие. Владенето на тайното знание, получено чрез посвещаване, е основен елемент в царската идеология. Посветените изминават пълния цикъл в развитието си от смъртни до герои, антроподемони и до качествената определеност бог, който е не само безсмъртен, но е и съвършен (Попов 2004: 491–503).

В очите на своите съвременници – гревните елини, траките са „варвари“, вярващи в безсмъртието, във вечния живот в Отвъдното. За архаичния тракиец отвъдният свят е много по-ценен, отколкото неговия актуален свят. В него златни са не само предметите, но и реките, слънцето, пясъкът и растенията. Златната епоха е онази пространствено-времева точка, когато се формирал космосът, когато е живяла златната раса. Това е време на благоденствие, когато никои не работи и никакви злини не заплашват хората. Това е един паралелен свят, достъп до който имат само избраните. Блаженият живот в златното отвъдно редом до боговете и предците, а не пребиваването в един мрачен подземен свят, е утопията, която дава смисъл на живота на тракийския воин-аристократ. А за да бъде избран, той трябва да се идентифици-

osophic concept of the cosmic and social order, i.e. the concept of the general structure of the world. The doctrine was aristocratic, with a focus on the divine origin of the power of kings and the belief in the immortality of the soul. Information about aristocratic mystery cults (to Orpheus, and to Zalmoxis) in Thrace can be found in the works of Herodotus and Strabo, and also in the Seutopolis inscription (Димитров 1960: 3–15), the pictorial texts on the vessels of the Borovo, Panagyurishte and Rogozen hoards, the hydria from Bashova Mound, etc. (Маразов 1992: 335–338; Маразов 2011). In that sense, the road to self-perfection acquired through the secret knowledge led to immortality. The command of the secret knowledge obtained through initiation was a key constituent of the royal ideology. The initiated went through the full cycle from mortals to heroes, anthropodemons and then to the defined quality of god, who was not only immortal, but he was also complete (Попов 2004: 491-503).

In the eyes of their contemporaries - the ancient Hellenes - the Thracians were 'barbarians' believing in immortality, eternal life and the Beyond. For an ancient Thracian, the world beyond was much more valuable than the world he lived in. In that world, all objects were gold, but gold were just as well the rivers, the sun, the sand and the plants. The Golden Age was that point in space and time when the Cosmos was formed; that was the time when the Golden Race lived. That was an era of wellbeing when nobody worked and no evil jeopardised people. That was a parallel world access to which was only granted to the chosen ones. The blissful life in the golden world beyond, side by side with gods and ancestors, rather than being in a dark world under the ground, was the utopia that gave meaning to the life of the Thracian noble warrior. To be chosen, he was supposed to manifest his identity by realities befitting his social standing. That was the reason why the funeral gifts were objects of value: weapons, jewels, vessels. Those insignia were the pass to the world of the golden utopia (Маразов, Шалганова 2012: 72–83).

In the summer of 2007, a team of archaeologists from Sliven Regional Museum of History and the Thracian Studies Expedition for Mound Research, under Georgi Kitov's supervision, performed excavations of a rich burial under Dalakova Mound north of the vil-

ра чрез достойни за статуса му реалии. Затова погребалните дарове са скъпоценни предмети: оръжия, накити, съдове. Тези инсигнии са пропуск в света на златната утопия (Маразов, Шалганова 2012: 72–83).

През лятото на 2007 г. екип от археолози от Регионален исторически музей – Сливен и ТЕМП, под ръководството на Георги Китов, проучи богато погребение, извършено под насипа на Далакова могила, разположена северно до с. Тополчане, Сливенско. Според извършените наблюдения могилата е била насипана през първата четвърт на IV в. пр. Хр. Централната гробна камера е била изградена от дървени талпи. В така оформената гробница е било положено тялото на възрастен мъж, чиято глава е била преднамерено отсечена и поставена в коремната област, заедно с една фаланга от пръст на едната от ръцете. В гробното съоръжение са били подредени въоръжение, конска амуниция, метални и керамични съдове. Непосредствено до черепа, върху бронзов леген (поданиптер) е поставена златна маска с лицето нагоре (Китов 2008: 51). Редом до въоръжението са поставени стотици златни и сребърни елементи от конска амуниция. В дясната половина на гроба са положени и две еднакви златни фиали, покрити с удължени листа, сребърна чаша тип „гобеле“ и два сребърни ритона, единият с протоме на кентавър, а другият с глава на млад овен. В погребалния инвентар са включени бронзова кофа (ситула) и керамични съдове, сред които три тасоски амфори с печати, поставени, според Людмил Гетов, между 390 и 380 г. пр. Хр., малък лекит с изображение на богинята на победата Нике, пет червенофигурни леканета с великолепно сцени, сива тракийска трапезна керамика, чернофирнисови съдове и златен пръстен-печат с надпис ΣΕΥΣΑ ΤΕΡΕΤΟΣ (Китов 2008: 49–56). Подобни по форма пръстени се изработват от края на архаичния период (V в. пр. Хр.) до средата и втората половина на IV в. пр. Хр. – тип N от архаичната епоха и тип IX от класическата епоха по типологията на Бордман (Boardman 2001: 154–158, 212–214).

Откритият инвентар е изключително бо-



Предмети от археологически разкопки от Сливенско.

©РИМ – Сливен.

Objects from archeological excavations from Sliven region.

©RMH – Sliven.

lage of Topolchane in Sliven Region. The archaeological observations revealed that the mound was piled in the first quarter of the 4th century BC. The central tomb chamber building material was wooden planks. The body of an aged man was found laid in the tomb. His head had been deliberately cut off and placed in the abdominal area, along with a finger phalanx. Weapons, horse tackle, metal and ceramic vessels were found arranged in the burial place. A golden mask with the face side up was placed on a bronze basin (podanypter) right by the skull (Kumov 2008: 51). Hundreds of gold and silver horse tackle objects were placed next to the weapons. Two identical gold phialai covered with elongated leaves were laid on the right side in the grave, and also a silver goblet and two silver rhytons – one with a centaur protome, the other one with the head of a young ram. The tomb objects included a bronze bucket (situla) and ceramic vessels, among which were three Thasos amphorae with seals; according to Lyudmil Getov, they were placed there between 390 and 380 BCE; a small lekythos with an image of Nike, the goddess of victory, five red figure lekanides with magnificent scenes, grey Thracian ceramic tableware, black

гат, което без съмнение показва, че тук е бил погребан висш представител на тракийската аристокрация (Кумов 2008: 49–56). Според общоприетото мнение разчленяването на мъртвия указва и неговия статус на посветен орфик (Dimitrova 2012: 79–81). Гробните дарове са строги и индивидуални (Pearson 1982: 99–105) и са предназначени за умрелия (Smith 2007: 163–166). Те са показна възможност да се подчертае социалния престиж на починалия и да се легитимира неговият род (Fagerstörn 1993: 50). Демонстративно „унищожаване“ на ценности, осигурява право на неговото семейство/род да наследят неговия социален статус и престиж и да го увековечат в социалната памет (Fagerstörn 1993: 50; Smith 2007: 163–166). Погребалната ритуалност отразява усилията на семейството на загиналия аристократ да узакони претенцията си за автохтонност и наследствено право на власт и територия (Маразов, Шалганова 2012: 152).

Трезорирането на златния пръстен от Далакова могила, край с. Тополчане, може да се асоциира с утвърждаващи царската институция обреди – знак за божествения произход и сакралност на властта. От изображението на златния пръстен-печат, виждаме лика на мъж на средна възраст с грижливо сресани коси, брада и мустаци (Кумов 2008:55). В индо-иранската културна традиция е прието мъжете-воини да носят бради. Тези знаци имат социален (културен) смисъл – показващи статусните позиции на мъжа в архаичното общество. Златните пръстени се явяват като доказателство за благородния произход на мъртвия (Рабаджиев 2016: 208).

Сакралният смисъл на накитите съществува с тяхната художествена и практическа стойност. Осъзнаването на предмета като самостоятелен културен факт го превръща в независим информационен носител. Накитите са магически предмети, които предпазват от външния свят и враждебните зли сили. Те символно предпазват вътрешното пространство от чуждото. Украшенията лекуват от болест и избавят от зли влияния, помагат при раждане, женитба и смърт. С тяхна помощ човек може да преминава

glazed vessels and a gold signet ring with the inscription ΣΕΥΣΑ ΤΕΡΕΤΟΣ (Kumov 2008: 49–56). Rings similar in shape were made between the end of the Archaic Age (5th century BC) and the middle or the late 4th century BC – the N type of the Archaic Age and the IX type of Classical Age in Boardman's typology (Boardman 2001: 154–158, 212–214).

The artefacts found there are exceptionally rich, which shows beyond any doubt that the buried person was a high-ranking member of the Thracian aristocracy (Kumov 2008: 49–56). According to the widely accepted concept, dismembering the body of a deceased person was a sign of his status of an initiated follower of Orphism (Dimitrova 2012: 79–81). The funeral gifts were fully personalized (Pearson 1982: 99–105) to the needs of the dead person (Smith 2007: 163–166). They presented a possibility to highlight the dead man's social prestige and legitimize his family (Fagerstörn 1993: 50). The demonstrative 'destruction' of valuables ensured his family/kin's eligibility to inherit his social standing and prestige and immortalize him in the social memory (Fagerstörn 1993: 50; Smith 2007: 163–166). The burial rituality reflects the efforts made by the dead aristocrat's family to legalize their claims for autochthony and their hereditary right to have the power and the territory (Маразов, Шалганова 2012: 152).

The treasuring of the gold ring from Dalakova Mound by Topolchane village can be associated to rituals emphasizing the royal institution, manifesting the divine origin and the sacred nature of royal power. The image on the gold signet ring is of a middle-aged man, with neatly combed hair, beard and moustache (Kumov 2008: 55). Warriors had beards in the Indo-Iranian cultural tradition. Those signs have a social (cultural) meaning, as they reveal the status of the man in the archaic society. The gold rings are an evidence of the noble origin of the dead man (Рабаджиев 2016: 208).

The sacred meaning of the jewels exists in their artistic and pragmatic value. When an object is perceived as a separate cultural fact, it becomes an independent information carrier. Adornments are magic objects that protect against the outside world and the hostile evil forces. They symbolically protect the inner space from the alien. Decorations have the power to heal, neutralise evil influences, and help when being

през световите и да предсказва (Сираков 2021: 3). Пръстенът от Якимова могила до с. Крушаре, Сливенско, открит при археологически проучвания през 2008 година (Димитрова 2008: 14–15), представлява златна халка, към която в двата ѝ края е занитена в кръгли гнезда подвижна елипсовидна ахатова плочка – гема – скарабонг. За главна цел на подвижността на плочката се приема възможността тя да бъде завъртана и изображението да бъде скрито от погледа на останалите, с изключение на времето, когато се е използвала като печат. По този начин се е гарантирала тайнствеността на образа, който оставал невидим за тези, които не е трябвало да го познават (Ковачев, Сираков 2021).

Както вече бе споменато плочката е от типа „скарабонг“ – гема с изображение върху едната, плоската, страна и заоблен гръб, които по своята форма се явяват елиптична реплика на гемите – скарабеи, които имат изображение върху плоската страна и гръб, оформен като свещен египетски бръмбар – скарабей. Самите изображения, в много от случаите на хора, са познати под термина „инталио“ (intaglio) и обикновено репликират формите на човешките фигури съгласно традициите на епохата, през която са изработени (Mertens 1989: 55). Подобни по своето изпълнение „скарабеи“ са имали функциите на печати и амулети в древен Египет и тяхната форма, ефективна техника на изработване и значение достига Гърция едва през VII в. пр. Хр. чрез финикийците (Boardman 2001: 139–140). Самите гемаи са били предназначени да служат като знак, чийто отпечатък отбелязва идентичността на притежателя си върху имущество или кореспонденция. Нещо повече, както отбелязва Джон Мертенс: „по забележителен и пряк начин изображението на гемата репликира и представя личностната характеристика на притежателя си“ (Mertens 1989: 55).

Трезорирането на предметни знаци, принадлежащ на съкровищния обред, е свързан с обозначаването на сакралността на властта. Достойни за внимание са великолепните венци, открити в тракийските погребения. Те са на-



Предмети от археологически разкопки от Сливенско.

© РИМ – Сливен.

Objects from archeological excavations from Sliven region.

© RMH – Sliven.

born, getting married or dying. With their assistance man can move across the worlds and predict the future (Сираков 2021: 3). The ring found in Yakimova Mound by Krushare village in Sliven Region during archaeological excavations in 2008 (Димитрова 2008: 14–15) is a gold ring with a moving oval agate gemstone - a scaraboid – riveted in round sockets to its ends. The main reason for the gemstone to be able to move is supposedly the possibility to turn it in order to hide the image from the eyes of the others except for the occasions when it was used as a seal. That ensured the secrecy of the image which remained invisible to the ones, who were not supposed to know it (Ковачев, Сираков 2021).

As it was already mentioned, the plate is of the scaraboid type – a gemstone with an image on the flat side and a rounded rear side, the shape of which is a Hellenized replica of the scarab gemstones that had an image on the flat side, while the rear side was in the shape of the sacred Egyptian scarab. As for the images, often showing people, they are known by the term of *intaglio* and usually are replicas of human body shapes corresponding to the traditions in the period when

товарени със сакрална символика в религиозните обреди. Действително те водят началото си от древногръцката традиция на почитане на изтъкнатите хора с награда от Венец, изплетен от лаврови клонки. Но реалният избор на растения, от които са се изработвали почетните венци, е далеч по-богат и варира в зависимост от божеството, на което е посветен „подвизът“ (Сираков 2021: 24). Златният венец от Китова могила, с Крушаре, е изработен от тънко фолио, като листата имат ромбовидна форма, върху които са изобразени жилките на листата (Димитрова 2009а: 39–43). Подобни венци се намират най-вече в гробниците на царе и високостапени аристократични личности като се променя функцията на златните венци: от жив символ на триумф (мъдрост, мир, плодородие...) те се превръщат в погребални дарове, чието предназначение е да надживеят вечността (Маразов 2013: 249). От Свещарската гробница е известна фреската: млада богиня подава венеца на безсмъртието на героя-конник при прехода му в отвъдното. В редица персонажи от изобразителните паметници в Скития (Кулобската чаша, пекторалът от Толская могила), диадемата, венецът са знаци на висок социален ранг, и са символ на царско достойнство и отбелязват върха на социалната йерархия (Раевски 1988: 256). Те са основният носител на политическа информация и подчертават жреческо – царската същност на погребания. В антропоморфния модел на социалния космос, главата винаги се съотнася с „класата“ на жреците (Маразов 1994: 247). Именно знакът върху главата характеризира персонажа като сакрално лице, което може да осъществи медиацията между два статуса, между два свята. Тази инициация е по-висока като степен от аристократическата, и само преминалият тази степен благородник може да стане цар, т.е. да пристъпи към следващ етап на посвещение (Маразов 1992а: 341).

Сред множеството гробни дарове на тракийски аристократ от Якимова могила, с Крушаре, се откри златна пластина, прегъната на две. В контекста на интерпретациите досега относ-

they were made (Mertens 1989: 55). Similar ‘scarabs’ were used as seals and amulets in Ancient Egypt. Their shape, effective production technique and significance reached Greece as late as the 7th century BC through the Phoenicians (Boardman 2001: 139–140). The purpose of the gemstones was to leave an imprint showing its owner’s identity over property or correspondence. Moreover, as Joan Mertens commented, ‘the image on the gemstone in a remarkable and direct way copies and shows the personal characteristics of its owner’ (Mertens 1989: 55).

Treasuring the object signs that were part of the treasuring ritual was related to marking the sacred nature of power. The magnificent wreaths found in Thracian burials are noteworthy. They bore sacred symbolism in the religious rituals. Indeed, they originated from the Ancient Greek tradition to honour eminent people by awarding them with laurel wreaths. Nevertheless, the actual choice of the plants to use for the wreaths of honour was much richer, varying in accordance with the deity to which the ‘heroic deed’ was dedicated (Сираков 2021: 24). The gold wreath from Kitova Mound by Krushare village was made of thin foil; the leaves are of diamond shape on which the leaf veins were carved (Димитрова 2009 а: 39–43). Such wreaths have been found mostly in the tombs of kings and high-ranking aristocrats, yet the function of the golden wreaths was transformed: from a living symbol of triumph (wisdom, peace, fertility...) they became burial gifts the purpose of which was to live beyond eternity (Маразов 2013: 249). There is a fresco in the Sveshtary tomb: a young goddess is giving the wreath to the hero rider for his transition to the beyond. There are many examples of people depicted on the pictorial monuments in Scythia (the bowl from Kulab, the pectoral from Tolstaya Mogila), decorated with a diadem or a wreath as a token of high social standing, a symbol of royal dignity marking the social hierarchy top (Раевски 1988: 256). They are the key carrier of political information and highlight the priestly and royal nature of the buried man. In the anthropomorphic model of the social cosmos, the head was always related to the ‘class’ of priests (Маразов 1994: 247). It was exactly the token on the head that characterised the person as a sacred man capable of effecting the

но златните пластини, принадлежащи към тракийската култура, пластината беше определена като нагръдник (Димитрова 2009: 41).

С оглед на специфичната ѝ форма и на пластичната ѝ украса допуснах друго нейно съдържание и функция. Пластината очертава златна диадема, която в долната част е развита в две полусферични форми, симетрично разположени, а между тях триъгълен издатък. При ситуиране върху човешко лице горната гъбовидна част на пластината покрива челото, симетричните полусфери-очите, а триъгълният издатък горната част на носа. Или казано иначе – пластината закрива цялата горна част на лицето, следвайки неговата структура. Ако това е вярно, с голяма доза увереност може да се допусне, че този своеобразен предмет е функционирал като „полумаска“, покриваща горната част на лицето на покойника. Паралели с подобно предназначение има и сред други древни паметници в България и чужбина (Маразов 2007: 216–232; Маразов 2008: 13–25; Jelen, Hubert, Sembery, Sembery 2009: n5).

Двете овални пластини затварят клепачите на покойника. Те са покривали очите – действие, равнозначно на днешното „затваряне на очите на покойника“, имащо за цел да направи умрелия „невиждащ“, т.е. лишен от средства за комуникация с живите. „Скриването“ на очите от златната полумаска прави покойника „невидим“, и неговото присъствие вече може само да се долавя чрез непосредствената му „божествена“ помощ и покровителство над своите съплеменници. Именно търсеният визуален контакт на Орфей с Евридика, предизвиква нейното обратно връщане в царството на Хадес, защото той пренебрегва „забраната“ на Персефона да не се обръща назад, докато слънцето не види невестата му (Graf 1986: 80–106; Heat 1994: 163–196). Наложената забрана за Орфей се съпровожда с изискването за мълчание (Vowga 1952: 115–116). В света на мъртвите не трябва да се вижда и да се чува, защото чрез говора живите се заявяват в междинния свят, на границата, отделяща ги от мъртвите (Vernant 1966).

Актът на прегъване и поставяне в областта

mediation between two states, between two worlds. That initiation outranked the aristocratic standing, and only a nobleman who had passed that phase could become a king, i.e. could move on to the next initiation phase (Маразов 1992a: 341).

Among the numerous burial gifts of a Thracian aristocrat from Yakimova Mound by Krushare village, the archaeologists found a golden plate bent in two. In the context of the existing interpretations of golden plates in the Thracian culture, that plate was identified as a breastplate (Димитрова 2009: 41).

Considering its specific shape and decoration, I suggested that it had a different meaning and function. The plate forms a golden diadem, with two hemispheres symmetrically formed in its bottom part, and a triangle protruding between them. When placed over a human face, the upper arc of the plate covers the forehead; the symmetric hemispheres cover the eyes, and the triangle covers the upper part of the



Предмети от археологически разкопки от Сливенско.

© РИМ – Сливен.

Objects from archeological excavations from Sliven region.

© RMH – Sliven.

на таза на златната полумаска от Якимова могила (Димитрова 2009: 41), можем да свържем с обряда тризна, в който се наблюдава и ритуално чупене на предмети. Натрошаването на предмета е акт, предназначен за мъртвите. Счупването „убива“ предмета и освобождава душата, така че мъртвите могат да я отведат в отвъдния свят (Купър 1993: 253).

От Далакова могила, с.Тополчане, ни е известна златна маска (Инв. № Сл 3362 А), която за нуждите на погребалната практика е изчукана до изправяне от златна фиала, при което тя при най-слабите места се е пропукала. Тракийският майстор не е имал възможност да „закърпи“ пукнатините, но е пробил по два отвора за пришиване или приковаване към греха или щит (Китов 2008: 52; Димитрова 2011, 3: 47). Маската е изкована госта схематично, като са представени анатомичните части на лицето, подобно на маските от шахтовидните гробове в Микена, които са изработени от много тънко фолио (Karo 1930, 30. 62. 181 no. 146a (grave III). 253. 254. 259 (grave IV). 623. 624 (grave V) pis. 47–53; Mylonas 1972, 76. 339–340 no. pp. 356–357). При тях схематично също са предадени очите, устата, ушите и веждите и имат отвори за пришиване (Димитрова 2011: 3–47).

Основен акцент на златната маска от т. нар. Далакова могила край с.Тополчане, Сливенско, са огромните очи с фиксиращ поглед. В мистериален контекст очите обозначават ново, второ, вътрешно зрение, което е свойствено само на посветените в тайните на царската консекрация. Погледът трябва да ни убеди, че царят притежава божествената мъдрост. Това прави владетеля всевиждащ като слънцето (Маразов 1994: 109–110). Само той може да „види“ бога, защото е достигнал до най-висшата инициационна степен на цар-жрец. Напълно допустимо е тази идея за тъждественост между знание и зрение да се кодира в изработката на тракийските златни маски. Паралели има от архаичен гроб от Архонико близо до Яница (Chrysostomou 2001: 483; Chrysostomou 2002: 469 figs. 8 and 12; Chrysostomou 2003: 508–509. 512 figs. 4. 9. 15 (fig. 9 the earliest);



Предмети от археологически разкопки от Сливенско.

© РИМ – Сливен.

Objects from archeological excavations from Sliven region.

© RMH – Sliven.

nose. In other words, the plate covers completely the upper part of the face; it follows the structure of the face. If that is true, we can suppose it is very likely that the peculiar object functioned as a 'semi-mask' covering the upper part of the dead man's face. There are similar objects with the same structure among other ancient artefacts in Bulgaria and in foreign countries (Маразов 2007: 216–232; Маразов 2008: 13–25; Jelien, Hubert, Sembery, Sembery 2009: 5).

The two oval plates closed the dead man's eyes. They covered the eyes – an action similar to today's closing the eyes of the dead person, the purpose of which is to make the departed 'unseeing', i.e. having no tools to communicate with the living. The 'hiding' of the eyes under the golden semi-mask made the dead man 'invisible' and his presence could only be felt through his immediate 'divine' help and patronage granted to the men of his tribe. It was exactly the visual contact between Orpheus and Eurydice that led to her return to the kingdom of Hades because he ignored Persephone's prohibition to look back until the sun saw his bride (Graf 1986: 80–106; Heat 1994: 163–196). The prohibition imposed on Orpheus required silence as well (Bowra 1952: 115–116). No one should see or hear in the world of the dead, because by speech the living declare they are in the world between, on the border that separates them from the dead (Vernant 1966).

The act of bending the golden hemi-mask from

Chrysostomou 2005: 443 fig. 16). Условно се датира около 560 г. пр. Хр. или малко по-късно (Aikaterini Despini, Wolfgang Schürmann and Jean-Robert Gisler 2009: 23).

В погребален контекст напрегнатият поглед на тези широко отворени очи трябва да ни убеждава, че царят притежава недостъпно за другите тайно знание, чрез което той е способен да прониква дори в отвъдното (Маразов 1994: 43). Изображението на човешко лице е признак на особеното, изключителното положение на погребания, придобито при специфични посветителски практики (Димитрова 2011: 49).

Изкованата и поставена върху мъртвия владетелска маска, го увенчава като герой и го слива с родоначалника на династията (Маразов 2008: 13–25). Когато владетелят умре, брачният код става удобен за предаване на идеята за прехода на царя към нов статус – на герой, на антропоморфен, на безсмъртен сподвижник на Орфей или Залмоксис (Маразов 1994: 316–317). Смъртта се отъждествява със сватбата на героя–ерген с девата–земя и роденият от брака между героя и девата–земя е прероденият се от стар в нов герой. Този цикъл на раждане, умирање и ново раждане в класическия фолклор дава модела за наследника като повторение на бащата, оттук и т.н. култ към предтеца – фолклорната форма на класическия римски култ към гения – покровител на дома (Краев 2003:152). Маската, която най-често възпроизвежда прадеда, е образ на дух, дошъл от отвъдното (Schnapp-Gourbeillon 1981; Lévi-Strauss 1982; Bril 1983; Frontisi-Ducroux 1984: 147–160; Napier 1986; Vernant 1990; Raabe 1992: 17–46; Jenkins 1994: 150–167; Castelli, Grimaldi 1997; Seip 1999: 272–287; Маразов 2000: 9131; Михайлова 2002; Краев 1996; 2003; Flower 2006). В известен смисъл фронталните лица от скъпоценните тракийски наколенници и шлемове също са близки до функционалната същност на маската, *prosoron* (Маразов 2010).

Полумаската от Якимова могила, както и маската от Далакова могила подсказват за далечен отглас от микенската епоха, съхранил се в района на Сливен до началото на IV в. пр. Хр. Украсата е ориентирана към идеята за медиация

Yakimova Mound and placing it on the pelvic area (Димитрова 2009: 41) can be related to the *trizna* ritual in which there was a ritual destruction of objects. Breaking an object was an act intended for the dead. Breaking ‘killed’ the object and released the soul so that the dead could take it to the world beyond (Кунър 1993: 253).

We know about a gold mask from Dalakova Mound by Topolchane village (Inv. № СЛ 3362 А), which, for the burial practice purposes, was a gold phiale hammered into a flat sheet, with cracks that appeared at the weakest points. The Thracian goldsmith had no chance to ‘mend’ the cracks; nevertheless, he drilled openings for the mask to be sewed to the clothes or nailed to a shield (Кумов 2008: 52; Димитрова 2011, 3: 47). The forging of the mask is rather schematic; it shows the anatomic parts of the face in a manner similar to the masks from the shaft-like graves in Mycenae, made of a very fine sheet (Karo 1930, 30. 62. 181 no. 146a (grave III). 253. 254. 259 (grave IV). 623. 624 (grave V) pis. 47-53; Mylonas 1972, 76. 339–340 no. pp. 356–357). They also have schematic elements for the eyes, the lips, the ears and the eyebrows, and also have holes for being sewed to something (Димитрова 2011, 3: 47).

The dominating highlight of the mask from the so-called Dalakova Mound by Topolchane village in Sliven Region is the enormous eyes, with a sharp gaze. In the mysterial context, eyes signify a new, second, inner sight only the initiated in the royal consecration mystery could have. That gaze was expected to convince us in the divine wisdom the king had. That made the ruler all-seeing like the sun (Маразов 1994: 109–110). Only he was able to ‘see’ the god because he had reached the highest initiation degree of a priest-king. It is fully possible for that idea of identity between knowledge and vision to have been encoded in crafting the Thracian gold masks. There are parallels from an archaic grave from Arhoniko close to Yanitsa (Chrysostomou 2001: 483; Chrysostomou 2002: 469 figs. 8 and 12; Chrysostomou 2003: 508-509. 512 figs. 4. 9. 15 (fig. 9 the earliest); Chrysostomou 2005: 443 fig. 16). It is provisionally dated to ca. 560 BC or a little later (Aikaterini Despini, Wolfgang Schürmann and Jean-Robert Gisler 2009: 23).

In the burial context, the tense gaze of those widely

между световете. Тя носи идеологическа информация за същността на погребания – жреческо–царска. Златните маски от района на Сливен, субституират царя като синтезна фигура на цялото архаично общество. Този материален знак, функциониращ на обредно ниво, отразява идеала на тракийския социум. Наличието на образи и символи представлява „прозорец“ към един трансисторически свят. Благодарение на тях различните идеи и културни послания могат да общуват помежду си. Единственият универсален религиозен език е този на символите. Маската е алгоритъм на всяка проблемна ситуация, възникнала в момент на противоречие на човек с микро– и макрокосмоса (Краев 2003).

Оттук тракийското погребално изкуство ни дава модела за приобщаване на мъртвия към отвъдния свят, в семантичен план това се разглежда като героизиране чрез увенчаване, т.е. превръщане на царя в антроподемон. Може би затова погребалните маски се правят от злато, дрехите се обшиват със злато, тракийските нагръдници имат чисто погребално приложение, на очите се слагат златни пластини или в устата се поставя златна монета – златото да облекчи прехода на починалия в другия свят (Маразов 1992: 34).

Торевтиката на варварските народи справедливо се определя като царско изкуство. Тя произвежда скъпоценни знаци на властта, на социален и религиозен престиж, видими отличия за аристократическа позиция, необходими за индексално отделяне на елита от „останалия народ“. В архаичната култура златото има преди всичко символичен смисъл (Маразов 1994: 6–7). Откритите в тракийските погребения и съкровища скъпоценни вещи несъмнено са регалии. Функционално предметите се превръщат в атрибути. В многобройните сцени на инвеститура, при заключителния обреден акт по пътя към властта, виждаме как богинята или инициационният наставник връчва на героя, като инсигния на властта, чаша (фиала, ритон) (Маразов 1992: 359; 1992: 145; 1994: 222–223). Съдовете символизират нормите на култура и бързо стават престижен и ритуален

open eyes was supposed to convey the meaning that the king had access to secret knowledge inaccessible to others, and through it he was capable of accessing even the beyond (Маразов 1994: 43). The depiction of a human face indicated the special, exceptional status the dead man had acquired through specific initiating practices (Димитрова 2011: 49).

The hammered mask placed over the dead ruler crowned him as a hero and let him get merged with the dynasty forefather (Маразов 2008: 13–25). When the ruler died, the marital code became a convenient tool to communicate the idea of the king's transition to a new status, the status of a hero, anthropodemon, an immortal follower of Orpheus or Zalmoxis (Маразов 1994: 316–317). Death was identified with the wedding of the bachelor hero to the virgin earth, and the one born by the marriage between the hero and the virgin earth was the old hero reborn into a new hero. The cycle of birth, death and rebirth in the classical folklore gave the model of the heir as a recurrence of the father, hence the cult to the forefather, the folklore form of the classical Roman cult to the genius – the spirit of the home. (Краев 2003: 152). The mask that in most of the cases was an embodiment of the forefather, was the image of a spirit coming from the beyond (Schnapp-Gourbeillon 1981; Lüvi-Strauss 1982; Bril 1983; Frontisi-Ducroux 1984: 147–160; Napier 1986; Vernant 1990; Raabe 1992:17–46; Jenkins 1994: 150–167; Castelli, Grimaldi 1997; Seip 1999: 272–287; Маразов 2000: 9131; Мухайлова 2002; Краев 1996; 2003; Flower 2006). In a certain sense, the front face images on the precious Thracian greaves and shields were also close to the functional nature of the mask, a prosopon (Маразов 2010).

The semi-mask from Yakimova Mound and the mask from Dalakova Mound suggest a distant echo of the Mycenae era that kept existing in the area of Sliven till the early 4th century BC. The ornamentation implies the idea of mediation between the different worlds. It bears ideological information about the nature of the buried man, priestly royal. The gold masks from the region of Sliven substituted the king as a figure synthesizing the whole archaic society. That material sign functioning on the ritual level reflects the ideal of the Thracian socium. The presence of images

предмет – статус, който запазват и до наши дни. Скъпоценните вази, въпреки разнообразието си от форми и начини на украса, зависещи от времето и културната им принадлежност, обслужват единствено церемониалната сфера на културата – сакралната и идеологическата (Маразов, Шалганова 2012: 208). От разгледаните по-долу вази става ясна сакралната функция на чашата, а именно, че тя е средството, с което царят общува с боговете, но и със сановниците си. Чрез чашата владетелят подчертава своята сакрална, първожреческа функция в тричастната идеологическа структура на индоевропейците, като медиатор между племенния колектив и божествения свят. В момента, в който царят се превръща и в жрец се реализира цялата функционална пълнота на царската институция (Маразов 1992: 361).

Сред златните дарове на скитските царе, паднали от небето сред пламъци, се открива и чашата, с която се правят възлияния на боговете. Сакралната позиция на съда, отбелязва първофункционалността на царя, т.е. неговата жреческа природа (Маразов 1994: 359–360). Ритонът принадлежи към най-популярните царски инсигнии.

Първият ритон от „Далакова могила“ при с. Тополчане, Сливенско, представлява сребърен рог, който в долната си част завършва с изкусно моделирано протоме на кентавър. Човешката глава е необикновено изразителна, напрегната и съсредоточена. Върху горната част на челото личи златна лента, която частично придържа косата. Кентавърът е с кози уши. Лявата ръка е изнесена напред, дясната гържи камък, който в своята ярост се кани да запрати по противника. На гърба си митичното същество има добре изразена къса златна грива, която се спуска върху гръбнака, богато изразена като гребен. Горната част на ритона е разширена и оформя устие с ръб навън, покрито с „лесбийска кима“. От външна страна, под устието, е фриз от регуливащи се палмови листа и лотусови цветове. Под него, отделен с декоративна ивица от къси насечени линии, следва фриз от бръшлянови листа. Под

and symbols was a 'window' to a trans-history world. They enabled the communication between various ideas and messages. The only universal religious language is the language of symbols. A mask is an algorithm of any problematic situation arising in a moment of confrontation of man with the micro- and macro-cosmos (Краев 2003).

Hence the Thracian burial art gives us the model of the dead man being incorporated into the world beyond; in the semantic aspect, that was regarded as heroization by crowning, i.e. the transformation of the king into an anthropodemon. That was probably the reason for the burial masks to be made of gold; the clothes were lined with gold; the Thracian breast plates had an explicit burial use; gold plates were placed over the eyes, and a gold coin was placed in the mouth – the gold was to help the dead man in his transition to the other world (Маразов 1992: 34).

Barbarian community totemics is correctly defined as a royal art. It produced precious insignia of power, of social and religious prestige, perceptible distinctions for the aristocratic position that were needed to index the separation of the elite from 'the rest of the people'. In the archaic culture, the significance of gold was above all symbolical (Маразов 1994: 6–7). The precious objects found in Thracian burials and treasures were beyond any doubt regalia. The objects acquired the function of signs. Numerous investiture scenes, in the final ritual act on the way to power, show the goddess or the initiation preceptor handing over to the hero a bowl (phiale, rhyton) as an insignia of power (Маразов 1992: 359; 1992: 145; 1994: 222–223). Vessels symbolized culture norms and quickly turned into prestigious and ritual objects – a status that is still valid today. Precious vases, regardless of the variety of shapes and ornamentation corresponding to the period and the cultural context, serve solely for the ceremonial area of culture, be it sacred or ideological (Маразов, Шалганова 2012: 208). The vases discussed below reveal the sacred function of the bowl: it was the tool the king used to communicate with gods as well as with his dignitaries. Using the bowl, the ruler highlighted his *sacred function of the high priest* in the three-party ideological structure of the Indo-Europeans, as a mediator between the tribal community and the divine

Втория фриз е трети, съставен от къси овоидни орнаменти. И трите фриза са позлатени. По цялото протежение на рога има врязани вертикални релефни канелюри, които в долната част на ритона завършват с протомето на кентавър (Китов 2007: 44–57). Постаденият в гроба на тракийския цар–орфик ритон с протоме на кентавър е с апотропейна функция. Задачата на поставения в гроба съд с протоме на кентавър е да осигури за мъртвия безпрепятствено пресичане на линията към света на мъртвите, както и да пази отворен обратния път на орфика към света на живите (Сираков 2010: 32–38). Ритонът с протоме на кентавър от Далакова могила позволява интерпретация на различни семантични нива. Формата на съда би могла да се интерпретира като образ на вертикалния пространствен модел. Долната му част е пластично оформена като митично хибридно същество. Кентавърът, замахващ със златен камък по въображаем противник, не принадлежи на света на погредения социален космос, а на неговото отрицание. Кентаврите са лиминални образи в тракийската митология, които обитават периферията на културния свят. В семантично отношение те въплъщават опозицията „природа – култура“.

В горната част, около устието на съда с фитоморфен код е изобразен чрез редуващи се палмети мотивът „дървото на живота“. Дървото на живота е универсален класификатор на вечно възраждащата се природа.

По тялото на съда са разположени вертикални канелюри, знаци на световната ос. Независимо, че върху ритона не е имплицитно изобразена сцена на борба или човешка фигура, заплашителната поза на кентавъра подсказва идеята за противопоставяне и битка. Може да се допусне, че в украсата на ритона е разчитана идеята за „културния“ подвиг на Владетеля, който се налага над лиминални, дивни същества, за да запази установената космическа структура, за да не рухне пространствения ред. Митологема, която може да се свърже с царската идеология, възпяваща подвизите на царя–герой в отвъдното (Маразов 1994: 210).



Предмети от археологически разкопки от Сливенско.

© РИМ – Сливен.

Objects from archeological excavations from Sliven region.

© RMH – Sliven.

world. As soon as the king assumed also the role of a priest, the royal institution accomplished its complete functionality (Маразов 1992: 361).

One of the gold items of the Scythian kings that fell from the sky and were caught by fire was the bowl used for offerings to the deities. The sacred position of that vessel marks the prime functionality of the king, i.e. his priestly nature (Маразов 1994: 359–360). The rhyton belongs to the most popular royal insignia.

The first rhyton from Dalakova Mound by Topolchane village in Sliven region is a silver horn with a beautifully crafted centaur protome at its bottom. The human head is exceptionally expressive, tense and focused. A golden ribbon partly fixing the hair is seen on the upper part of the forehead. The centaur has goat-like ears. The left hand is pointed forward; there is a stone in the right hand that he in his rage intends to throw on his enemy. On its back, the mythical creature has short well shaped comb-like golden mane going down the spine. The upper part of the rhyton is wider, with a lip rimmed outwards, ornamented with Lesbian cyma. On the outer side, under the lip, is a frieze of alternating palm leaves and lotus blossoms. Underneath, separated by an ornamental line of short strokes, is a frieze of ivy leaves. The second frieze is above a third one, made of short oval ornaments. All three friezes are gilded. Vertical cannellures are carved down the whole length of the horn; they end in the bottom part

Следващият ритон е с глава на млад овен. Козината в горната част на главата е предадена като спирали, изпълнени с фино цизелиране. Ушите излизат хоризонтално от главата и отворите им са обърнати надолу. Багемовидното око е предадено изключително старателно – клепачите са моделирани пластично, а миглите са обозначени чрез гравировка. Това е един похват, който е постоянен в изработката на ритоните от Тракия, но в този ритон е проявено най-голямо майсторство в неговото прилагане. Муцуната е пластически артикулирана, но липсва специалното внимание към предаване на жилите, което се среща в по-късните екземпляри от този тип (Маразов 2009: 20–61). С позлата са обозначени козината и очите на животното. Отзад към ритона е прилепена масивна гръжка, свързваща устието и темето на овена. Тя е покрита по дължината си с два вертикални реда „пера“, а в долния си край завършва с пластично предадена раковина.

От най-голям интерес, разбира се, е сцената върху късия рог на ритона. Тук виждаме сюжет с шестима участници, който се разгръща симетрично около разделящия двете групи олтар в центъра на композицията: отдясно са три мъжки фигури, отляво три женски. Те са обединени от единно действие, в което всеки персонаж има определена роля в актантната структура на сюжета. Най-вдясно от олтара е представена мъжка фигура, облечена в къс препасан хитон, с брада, пилос, дълги коси, спускащи се под шлема, и две копия на рамо. Мъжът е поставил ръка върху рамото на гол, наметнат само с хламида юноша, който в дясната си ръка държи къс меч, а с лявата е посегнал към паднал на колене старец с разперени ръце и развяващ се дълъг хитон. Възрастният мъж е коленичил до горящ олтар, украсен с лаврова клонка. От другата страна на този централен елемент от композицията виждаме паднала на колене женска фигура в дълъг до глезените хитон, но с оголена лява гръд, с разпуснати коси, прегърнала с дясната си ръка олтара, а с лявата се е хванала за главата, обърната назад. Заг нея тича друга жена с прибрани коси, облечена в дълъг

of the rhyton with a centaur protome (Kumov 2007: 44–57). The rhyton with a centaur protome placed in the grave of a Thracian king, who was follower of Orphism, had an apotropaic function. It was meant to help the dead man to freely go across the line to the world of the dead and also to keep open the road of the Orphic back to the world of the living (Cupakov 2010: 32–38). The rhyton with a centaur protome suggests interpretations at various semantic levels. The shape of the vessel can be interpreted as an image of the vertical space model. Its bottom part is sculptured into a mythical hybrid creature. The centaur taking a swing at an imaginary enemy did not belong to the world of the orderly social cosmos; he was part of its denial. Centaurs were luminal images in the Thracian mythology; they inhabited the periphery of the cultural world. In the semantic aspect, they embody the nature-culture opposition.

Around the lip of the vessel in its upper part, alternating palmettos in a phytomorphic code outline the pattern of the tree of life. The tree of life is a universal classifier of the never-ending rebirth of Nature.

The vertical cannelures along the vessels represent the world axis. Although there is no explicit scene of a fight or a human figure on the rhyton, the threatening posture of the centaur suggests the idea of confrontation and battle. Supposedly, the rhyton decoration presents the idea of the ruler's 'cultural' feat; he is taking control over laminal, savage creatures in order to keep the existing cosmic structure and prevent the spatial order from collapsing. That mythologeme can be related to the royal ideology praising the exploits of the hero king in the world beyond (Marazov 1994: 210).

The other rhyton has the head of a young ram. The hair on the upper part of the head is spiral-like, finely chiselled. The ears have a horizontal position on the head, with their openings turned downwards. The almond-like eye is meticulously made; the eyelids are sculptured, and the eyelashes are engraved. This technique is common for the rhytons in Thrace, but the craftsmanship visible on this rhyton is outstanding. The snout is sculptured, but here we do not have the special focus on the tendons that can be seen with later species of this type (Marazov 2009: 20–61). The animal hair and eyes are gilded. There is a solid han-

късоръкавен и препасан пеплос, която е вдигнала двойна брадва над главата си. В края е представена трета женска фигура в дълъг пеплос, вдигнала ръце над главата с разпуснати коси. И. Маразов разчита в сцената на ритона от Далакова могила сюжета *Illiupersis*, „Убиването на троянския цар Приам от Неоптолем в храма на Зевс Херкейос след падането на Троя“ (Маразов 2009: 20–61). Младият герой е окуражаван от Одисей, Приам вече е паднал на колена в поза на молител, търсещ закрила при олтара в храма на божеството. Вдясно е презърнала олтара млада жена с оголена гръд – вероятно дъщерята на Приам Поликсена. Заг нея млада жена с двойна брадва в ръце (може би Андромаха) се опитва да спаси царя и дъщеря му от смърт. Следва още една женска фигура (прислужничка), която е вдигнала ръце над главата си в жест на безнадеждност. Върху стените на един лекит от IV в. пр. Хр., намерен в Северното Черноморие, е представена сходна сцена – нападението на Неоптолем над Приам и Хекуба, които търсят убежище в храма на Зевс (Скрижинская 2002: 30). В множество произведения на вазопистта е представена сцената. В класическа Елада убийството на Приам е било разглеждано като лоша постъпка, но в Тракия, както и в източната традиция, избиването на всички поколения в династическата линия е задължителен акт за победителя (Маразов 2009: 20–61). Човешкото жертвоприношение е било привилегия на царете в древна Тракия. Приам, паднал на колена пред олтара с вдигнати ръце, но не за да хване развяващата се зад гърба му греха, а за да се обърне с този отчаян жест към бога-защитник на молителите, докато с другата ръка, не толкова се опитва да спре налитащия Неоптолем, колкото да докосне тялото на нападателя, за да изпроси по този начин живота си от него. Вдигнатите и протегнатите ръце са несъмнен жест за милост. Позата и жестът на възрастния мъж са характерни за *hiketes*, за молителя, който търси убежище в храм на божеството. И в сцената от ритона Приам извършва типичен ритуализиран акт на самоунижение (Gould 1973).

Жертвоприношението на победения против-

dle on the rear side of the rhyton that links the rhyton lip to the ram's crown. Two vertical lines of 'feathers' run along its length; its bottom end is decorated with a sculptured seashell.

Most interesting is certainly the scene on the short rhyton horn. Here we see a story with six characters that is symmetrically unfolded around an altar splitting the two groups in the composition centre: three male figures are on the right side, and three female figures are on the left. They are united around a joint action in which each character plays a different role in the actantial story structure. To the farthest right of the altar is a male figure in a short girded chiton, with a beard, pileus, long hair coming out of the shield, and two spears on his shoulder. The man is holding his hand on the shoulder of an adolescent whose naked body is partly covered by a chlamys; he is holding a short sword in his right hand; with his left hand he is trying to reach an old man fallen on his knees, with stretched arms and a flying long chiton. The old man is on his knees by the side of a burning altar decorated with a laurel twig. On the other side of this central element of the composition we see a female figure fallen on her knees, dressed in an ankle-length chiton, but her left bosom is naked; her hair is loose; she is embracing the altar with her right hand, and her left hand is on her head, facing back. Another woman is running behind her; her hair is braided; she is in a long short-sleeved belted peplos. The woman is holding a labrys above her head. At the end is another female figure in a long peplos; her hands are above her head; her hair is loose. I. Marazov interprets the scene on the rhyton from Dalakova Mound as the *Illiupersis* story, i.e. 'Neoptolemus killing the Trojan king Priam in the temple of Zeus after the downfall of Troy' (Marazov 2009: 20–61). Odysseus is encouraging the young hero. Priam is in a begging posture already on his knees, looking for protection in the deity's temple. On the right, a young woman with a naked breast, probably Priam's daughter Polyxena, is embracing the altar. Behind her, a young woman holding a labrys in her hands (probably Andromache) is trying to rescue the king and his daughter from death. Behind her is another female figure (a servant), holding her hands above her head in a gesture of despair. There is a similar scene on the

ник, се възприема като изкореняване на генеалогичната линия на победената династия (Маразов 2009: 43). Използването на тази сцена от троянския епос в тракийската торевтика вероятно има за цел легитимирането на царя–узурпатор и неговата династия. Изобразителният език наред с вербалния (мита) и действения (обрета) е начин на митопоетично мислене, на изразяване. Той става особено важен при засилване на гържавообразователните процеси, в периоди, когато царската власт има нужда от допълнително идеологическо мотивиране и легитимиране (Маразов 1994: 248).

Сребърната чаша „гобеле“ е с равно дъно, украсено с три концентрични изпъкнали окръжности. То е подчертано с биконичен ръб, над който следва тялото на вазата с цилиндрична форма, като в горната част стените се разширяват фуниевидно навън и завършват с равен ръб (Китов 2007: 44–57).

Този тип съдове следват ирански прототипи от VIII в. пр. Хр. В Тракия подобни са намерени в Аджигьол (2 екземпляра), в Железни Врата и Розозен (Маразов 1996: 220–242; Николов 1986: 46–60; Николов 1987: 55–64); в с. Дълбоки, Старозагорско (Филов 1930–31); в с. Дуванлий (Филов 1934: 67, № 5, обр. 84); с. Старо село, Сливенско (Венедиков 1964: 77–109); с. Букьовци (Попов 1922–1925: 25); с. Горски извор, Хасковско (Петров 1993); Маломирово-Златиница (Азре 2006: 139–144) и в колекцията на Божков (Маразов 2011: пп 94–97). Украсата на чашата „гобеле“ от Далакова могила в с. Тополчане, Сливенско, се състои от 30 успоредни, вертикални, тесни и плитки канелюри по цялото тяло. В зоната на устието е оформен хоризонтален пояс, който е покрит със златен варак и върху него, чрез техниката на врязване е нанесена украса под формата на пояс от редуващи се палмети и лотосови цветове. Всяка палмета е 9-листна, а лотосите са 7-листни с островърхо извити навън листа. Общият брой на цветовете е 16. При дъното има златен пояс без орнамент (Китов 2007: 44–57).

Прави впечатление, че вазата възпроизвежда образци на ахеменското занаятчийско изку-



Предмети от археологически разкопки от Сливенско.

© РИМ – Сливен.

Objects from archeological excavations from Sliven region.

© RMH – Sliven.

walls of a lekythos from the 4th century BC, found on the northern banks of the Black Sea: Neoptolemus's assault on Priam and Hecuba, who are trying to find shelter in Zeus's temple (Скрижинская 2002: 30). This scene is depicted on many vase paintings. In classical Hellas, Priam's murder was considered a bad deed. In Thrace, however, as well as in the eastern tradition, killing all generations of a dynasty line was a must-do for the winner (Маразов 2009: 20–61). Human sacrifice was a privilege of the kings in ancient Thrace. Priam, fallen on his knees in front of the altar, his hands raised up but not in order to catch his clothes flying behind. With that gesture of desperation, he is begging the god, who protects the supplicating. With his other hand, he is trying to touch his assailant's body in order to beg him for mercy rather than trying to stop him. His raised and stretched arms are beyond doubt a

ство. При чашата от Далакова могила има вертикални канелюри, подобно на ритона с протоме на кентавър от същата могила. Вазата от Далакова могила има датировка първата четвърт на IV в. пр. Хр. (Кумов 2007: 44–57), а може би края на V в. пр. Хр. Това дава основание да се допусне, че чашата от Далакова могила е произведение на едно значително ателие в Тракия, в което майсторите са повлияни от ахеменидското изкуство. Влиянието на персийското изкуство върху тракийската торевтика не е случайно (Venedikov 1969: 381–396). Тракия през VI в. пр. Хр. е част от могъщата ахеменидска империя (Тачева 1987: 49–59). Траките осъзнато се възхищават и копират Персийската монархия. Херодот твърди, че пътят, по който е преминал цар Ксеркс през южна Тракия, е свещен за траките и те го почитат (Herodot 7.115). В тракийската култура и изкуство се наблюдават стилови характеристики, присъщи както на изкуството на ахеменидите, така на гръцките колонии по тракийското крайбрежие, на скитите и келтите. Тракийското изкуство и култура в известна степен може да се разглежда и като амалгама от културни течения, влияния, преминаващи през Балканския полуостров.

Чашата гобеле от Далакова могила е част от поставените в гробното съоръжение разнообразни съдове, които образуват ритуален сервиз. Погребението запазва паметта за мъртвия аристократ, а скъпоценните гарове, депозирани в гроба, имат задачата да съхранят приемствеността на самата царска институция. Всяка ваза води произхода си главно от религиозната функция, която трябва да изпълнява в ритуала. Несъмнено в култовите действия всяка чаша има определена функция в обредния акт и създава определени връзки с останалите съдове от ритуалния сервиз. Няма никакво съмнение, че в изпълнението на култовите действия, са използвани сребърните ритони и златните фиали от „Далакова могила“. Доказателство за функционирането на всичките съдове в мистериален контекст ни дават пластичните и гравирани по тях изображения. Изобразителният текст на чашата „гобеле“ с редуващи се палмети и лото-

gesture for mercy. The old man's posture and gesture are descriptive for *hiketes*, for the supplicating person seeking a shelter in the deity's temple. In the scene depicted on the rhyton, Priam is performing that typical ritualized act of self-destruction (Gould 1973).

The sacrifice of the defeated enemy was seen as eradication of the defeated dynasty's genealogical line (Marazov 2009: 43). The depiction of this scene of the Trojan epos in the Thracian toreutics was probably meant to legitimize the usurping king and his dynasty. The pictorial language, alongside the verbal (myths) and the acting (rituals) languages, is a vehicle of mythopoetic thinking and expression. It became particularly important when the state formation processes were very active in periods when the royal power needed further ideological motivation and legitimization (Marazov 1994: 248).

The *goblet* silver bowl has a flat bottom decorated with three concentric jutting circles. It is marked by a double edge above which is the cylinder vase body; its walls in the upper part have funnel shape that ends with a flat edge (Kumov 2007: 44–57).

Such vessels follow the 8th century BC Iranian prototypes. In Thrace, vessels of that type were found in Adzhigiyol (2 pieces), in Zhelezni Vrata and Rogozen (Marazov 1996: 220–242; Hukолов 1986: 46–60; Hukолов 1987: 55–64); in Dalboki village in Stara Zagora region (Филов 1930–31); in Duvanliy (Филов 1934: 67, № 5, fig. 84); Staro Selo in Sliven region (Венегуков 1964: 77–109); Bukyovtsi village (Попов 1922–1925: 25); Gorski Izvor village in Haskovo region (Петров 1993); Malomirovo-Zlatinitsa (Азпе 2006: 139–144) and in Bozhkov's collection (Marazov 2011: nn 94–97). The decoration of the *goblet* bowl from Dalakova Mound in Topolchane village in Sliven region has 30 parallel vertical narrow and shallow cannelures along the whole body. There is a gilded horizontal ring around the lip, and a belt of palmettes and lotus blossoms is incised that horizontal ring. Each palmette has 9 leaves; each lotus blossom has 7 pointed leaves bent outwards. The total number of blossoms is 16. There is a golden ring without any ornamentation by the bottom (Kumov 2007: 44–57).

It is worth mentioning that the vase reproduces works of the Achaemenid crafts. The bowl from Dalak-

сови цветове вероятно отразяват гублиране на идеята на „женското начало“ в растителен код. В много паметници двата елемента се смесват и така възниква образът на фитоморфната богиня. Това се подсилва от скъпоценни предмети – съдове, които конкретизират митологичния смисъл. Изобразителният език върху ритуалния сервиз отразява митологичния модел на царската идеология. Той е илюстрация в нелитературното тракийско общество, в което споменът се актуализира чрез митове и песенни възхвали. Паметта за мъртвия аристократ се запечатва чрез материалните следи на погребалния ритуал и се възвеличава чрез епоса на великите херои (Рабаджиев 2013: 113–153; Сираков 2015: 56–60).

При златните чаши – фиали от Далакова могила по стените на вазите има редуващи се канелюри, излизащи от омфалоса на съда. Канелюрите справедливо могат да се интерпретират като лъчите (светлината) на слънцето. Подобен соларен символ откриваме и в обшитите със златни пластини грехи от Калояновската гробница, Сливенско. И в двата случая смисълът на соларните символи може да подскаже царската принадлежност на фиалите и пластините. За митопоетичното мислене важно е внушението за божествения избор на царя и неговата легитимност (Маразов 1994: 108). За индо-европейския свят синонимите злато = слънце = огън се вписват в идеологическия кръг за обозначаване на преход (Маразов 1992: 37). Златото се асоциира с огъня и слънцето в качеството си на медиатор. Слънцето, всяка сутрин се ражда, и всяка вечер умира. Огънят превръща „суровото“ във „варено“ и трансформира „дивото“ в „култура“ (Маразов 1992: 38). Така златото, слънцето и огънят се подреждат в определен семантичен ред като образи на космически порядък.

Оттук в този ред на семантични тъждества тракийският владетел се представя като герой – антроподемон – бог, като граничен, преходен, незавършен порядък, чрез който може да бъде описан в нарастващ ред противопоставянията по признака „живот“ – от пълната липса на признаци на живот (старост, статис, смърт)

ova Mound has vertical cannelures similar to the rhyton with a centaur protome from the same mound. The vase from Dalakova Mound is dated to the first quarter of the 4th century BC. (Kumov 2007: 44–57), or probably the late 5th century BC. It can therefore be assumed that the bowl from Dalakova Mound was the product of a large workshop in Thrace, whose craftsmen had been influenced by the Achaemenid art. The influence of the Achaemenid art on the Thracian toreutics was not accidental (Venedikov 1969: 381–396). In the 6th century BC, Thrace was part of the powerful Achaemenid Empire (Тачева 1987: 49–59). The Thracians consciously admired and imitated the Persian Empire. Herodotus wrote that the road used by King Xerxes to go across Southern Thrace was sacred for the Thracians, and they valued it (Herodot 7.115). The Thracian art and culture show stylistic trends typical for the Achaemenid art, the art in the Greek colonies on the Thracian seaside, the Scythians and the Celts. The Thracian art and culture can be seen to a certain degree as an amalgam of cultural trends and influences going across the Balkan Peninsula.

The goblet bowl from Dalakova Mound is part of the hoard of vessels that constitute a ritual set left in the burial place. The funeral preserved the memory of the dead aristocrat, while the precious gifts placed in the grave were meant to preserve the continuity of the royal institution per se. Each vase originated above all from the religious function it had to perform during the ritual. There is no doubt that each vessel used in the cult had its specific function in the ritual and created certain links to the other items of the ritual set. Certainly, the silver rhytons and the gold phialai from Dalakova Mound were used during the performance of cult activities. An evidence of the function of all vessels in the mysterial context can be found in the images sculptured and engraved on them. The pictorial text on the goblet bowl, with its alternating palmettes and lotus blossoms, is probably a reiteration of the idea of the ‘feminine principle’ encoded in plants. There are numerous objects in which the two elements are merged, and that gave the beginning of the image of the phytomorphic goddess. That is augmented by valuable objects - vessels that give a concrete connotation to the mythological meaning. The pictorial language

до максималното му натрупване (младост, динамис, раждане). Тези образи стават удобни медиатори в опозицията „живот – смърт“ (Маразов 2003: 41). Тази метафора осигурява на лозата – гроздето – виното първостепенна роля в целия миторитуален комплекс „смърт – плодородие – живот“, затова символ на божественото става растението и напитката на безсмъртието.

Приготвянето на виното е много важен културен и ритуален процес. Виното в древността е наричано „течната храна на Дионис“ за разлика от „твърдата храна на Деметра“ – житото. Т.е. виното се приравнява с житото като културен продукт и също като зърното е белег на култура. Пиенето на вино винаги се възприема като начин на приобщаване към културата – винаги, когато дойде чужденец, на него му се поднася чаша вино, за да бъде приобщен към новата среда.

Пирът при траките има ритуална форма на социално общуване. Той е средството за приобщаване и поддържане на единството на социума. По време на пиршествата виното се поднася от виночерпец (Хеп. Анаб.7.3.). Важността на обреда разливане на виното определя високото положение в социалната йерархия на виночерпеца. Той влиза в една от ролите на самия цар – да разпределя напитката на пира (Маразов 1992: 385). Обичайна практика е пиенето да се съпровожда от наздравци, вдигани в чест на госта или на гостите, както и на домакина. За траките пирът има религиозно значение, като щедростта на владетеля е залог за изобилие и благополучие на царя и на целия народ (Маразов 1992: 377). В тракийските представи виното се отъждествява с кръвта и затова пиещият поръсва върху себе си останалите след наздравците капки.

„... траките, изобщо пият вино, без да го смесват с вода, и то както самите те, така и жените, и като поръсват с него дрехите си, считат това за хубав обичай, носещ щастие“ (Платон. De leg. 1: 637 d). Вероятно такава е неговата семантична натовареност и при възлияния за помен, за плодородие (Георгиева, Спиридонов, Рехо 1999: 84–85).

Въпреки липсата на писмени сведения за използването на виното от траките, ние може да

on the ritual set reflects the mythological model of the royal ideology. It is an illustration in the non-writing Thracian society in which a memory was kept alive by myths and praising songs. The memory of the dead aristocrat was perpetuated by the material evidences used in the burial ritual, and was glorified by the epos of the great heroes (Рабаджиев 2013: 113–153; Сираков 2015: 56–60).

There are alternating canelures on the walls of the gold phialai from Dalakova Mound, starting from the omphalos of the vessel. Cannelures can rightfully be interpreted as the sun rays (the light). A similar solar symbol can be seen in the gold ornamentation plates on the clothes found in Kaloyanovo Tomb in Sliven region. In either of the cases, the meaning of the solar symbol suggests the royal origin of the phialai and plates. What mattered for the mythopoetic mindset was the implication for the divine appointment of the king and his legitimacy (Маразов 1994: 108). In the Indo-European world, the synonyms of gold = sun = fire fit in the ideological loop denoting a transition (Маразов 1992: 37). Gold was associated to fire and the sun in the capacity of mediator. The sun gets born every morning and dies every evening. Fire transforms 'raw' into 'boiled' and 'savage' into 'culture' (Маразов 1992: 38). So gold, the sun and fire get lined up in a certain semantic order as images of the cosmic orderliness.

Hence, in this line of semantic identities, the Thracian ruler was presented as a hero-anthropode-mon-god, as a threshold, transitional, incomplete order that could be used to describe in an ascending sequence the range of oppositions based on the indicator of life: from the full absence of any signs of life (old age, stasis, death) to the highest accumulation of it (youth, dynamis, birth). Those images became useful mediators in the life-death opposition (Маразов 2003: 41). That metaphor provided the vine – grapes – wine with the leading role in the whole mytho-ritual set of death-fertility-life; therefore, the plant became a symbol of divinity, and the drink – a symbol of immortality.

Making wine was a very important cultural and ritual process. Wine in ancient times was called 'Dionysus's liquid food', while wheat was 'Demetra's hard food'. In other words, as a cultural product, wine was equal to wheat and, just like wheat, was a token of cul-

почерпим индиректна информация от наличието на разнообразни скъпоценни съдове от злато, сребро, бронз или керамика в Регионалния исторически музей – Сливен. Те говорят за ролята на виното в развитието на занаятите, на технологиите и на изкуството. Необходимостта от специализирани съдове за вино в различни ритуали довежда до производството на най-разнообразни форми. В амфорите от Далакова могила, с. Калояново, се пренася вино от едно място на друго, в кратера от Гурева могила, с. Камен, виното се смесва с вода в съотношение 1:3 или дори 1:5. Златните и сребърните фиали от Далакова могила, с. Тополчане, и от Якимова могила, с. Крушаре, са чашите, от които владетелят пие (Китов 2007: 44–57; 2008: 49–56). Каничките – ойнохое от Далакова могила и от Якимова могила са съдове, с които се разлива виното (Димитрова 2009: 221–225; Китов 2007:44–57; 2008:49–56). Кантаросите от Златна могила, кв. Речица, имат изключително култово предназначение. Ритоните от Далакова могила и от Танева могила (Димитрова 2009: 80–84; 2009а: 39–43; 2010: 221–227; Китов 2007: 44–57; 2008: 49–56; Ковачев, Сираков 2016: 260–281; Маразов 2009: 20–61; 2015: 68–80; Сираков 2010: 32–38) са обредни съдове, тъй като виното идва отгоре, от широката част на рога и се излива от долната част на рога. То като чели изминава пътя от горе до долу, което говори за участие на ритона в преходни обреди, много често свързани с божества като Кабирите. Всички тези ритуални сервиси са заровени като дарове в надгробни могили. Те сакрализират гържавната територия и легитимират владетеля. Следователно, когато говорим за страничните продукти на културата на виното, трябва да отчетем създаването на нови предметни форми, използването на скъпоценни материали, намесата на умели художници.

При златния пръстен от Якимова могила, с. Крушаре, има изображение на млад мъж, който излива амфора. Възлиянието с вино върху горящ олтар в древна Тракия дава възможност на претендента за трона да легитимира своята власт, като търси божествената санкция от бога на



Предмети от археологически разкопки от Сливенско.

© РИМ – Сливен.

Objects from archeological excavations from Sliven region.

© RMH – Sliven.

ture. Drinking wine has always been seen as a way to get affiliated to culture: any time a foreigner comes, he is offered a glass of wine so that he gets affiliated to the new environment.

For the Thracians, feast was a ritual form of social communication. It was a vehicle of inclusion and stability of the socium unity. At feasts, wine was always served by a cup-bearer (*Xen. Anab.7.3.*). The significance of the ritual of pouring wine corresponded to the cup-bearer's high position in the social hierarchy. He assumed one of the roles of the king: to distribute the drink at the feast (Маразов 1992: 385). It was a common practice that drinking went along with toasting the guest, the guests or the host. Feasts had a religious significance for the Thracians, and the ruler's generosity ensured plenty and wellbeing to the king and all his people (Маразов 1992: 377). In the Thracian concepts, wine was identified with blood; therefore, the drinking person sprinkled on his body the drops remaining after drinking to the toast

'... the Thracians, actually, drink wine without mixing it with water; their women also drink, and sprinkle it over their clothes, and they see that as a nice tradition that brings happiness' (*Pl. Leg. 1: 637 d*). That was probably its semantic significance at memorial or fertility

Виното Дионис. От Емпорион Пистирос ни е известен надпис от сключен клетвен договор в името на Дионис (Домарагски 1991: 10). Необходимо е да се обърне внимание и на изображенията на съдовете. От Якимова могила, с. Крушаре, са известни три чернофигурни лекитчета с изобразен венец от преплетени бръшлянови листа с гроздове. Съгласно елинския синтезен Дионис в червенофигурната атическа вазопис от средата на VI в. пр. Хр., бръшляният символизира победата над врага. Бръшляният произхожда от Сабазиевия кръг, но при по-късната елинска преработка на заемките се превръща в окончателен символ на Дионис (Фол 1991: 252). Освен по фрагментарните писмени сведения, реконструкцията на тракийската митология или тракийската царска идеология може да се извърши главно чрез прочитане на изображенията по стените на съдовете (кантароси, ритони, фиали, кани), защото имаме много, които ни говорят за най-различни митологични представи. От надгробна могила в с. Камен ни е известен червенофигурен колонен кратер. На него е запазен фрагмент от сцена, на която се виждат три човешки изображения. Едното от тях поднася фруктиера със сведена глава, пред него другото изображение разлива течност от съд в чашата на третата фигура (по всяка вероятност владетел, поради доминиращата му позиция и високо вдигнатата глава). Върху пеликето от Калояновската гробница е изобразена сцена със свитата на Дионис – сатир и менади (Чичикова 1969: 45–90). Допускаме, че тези изобразителни текстове представляват визуални поеми, паралелни на онези песни, които аедите изпълняват по време на пирове. Така, когато владетелят гържи каничката, ритона или кантароса, покрити с изображения и когато слуша аедите, той може да види мита, който те пеят, изобразен върху тези съдове. Виното помага да се появят върху съдовете видими поеми, които съдържат митологични и епични представи. Виното и свързаните с него ритуали стимулират в много голяма степен развитието на изкуството на древните траки<sup>3</sup>.

<sup>3</sup> <http://m.focus-news.net/?action=opinion&id=40946> (9.07.2020).

libations (Георгиева, Спирогов, Рехо 1999: 84–85).

Regardless of the limitation of written evidences about the ways the Thracians used wine, we can find indirect information based on the numerous precious vessels of gold, silver, bronze or earthenware in Sliven Regional Museum of History. They indicate the role wine has played in the development of crafts, technologies and art. The need to have specialised wine vessels for various rituals led to the production of a large variety of shapes. The amphorae from Dalakova Mound by Kaloyanovo village were used to transport wine; the krater from Gureva Mound by Kamen village was used to mix 1:3 or even 1:5 wine with water. The gold and silver phialai from Dalakova Mound by Topolchane village and from Yakimova Mound by Krushare village were the cups from which the king would drink (Kumov 2007: 44–57; 2008: 49–56). The oinochoe jugs from Dalakova Mound and Yakimova Mound were vessels to pour wine (Димитрова 2009: 221–225; Kumov 2007:44–57; 2008:49–56). The kantharoi from Zlatna Mogila in Rechitsa quarter were only used when performing cults. The rhytons from Dalakova Mound and Taneva Mound (Димитрова 2009: 80–84; 2009a: 39–43; 2010: 221–227; Kumov 2007:44–57; 2008:49–56; Ковачев, Супаков 2016: 260–281; Маразов 2009: 20–61; 2015: 68–80; Супаков 2010: 32–38) were ritual vessels because the wine came from above; from the wide part of the horn and was poured to the lower part of the horn. It was like going all the way from up to down, which indicated that the rhyton was used in transition rituals that were often related to deities such as the Cabeiri. All those ritual sets were buried as gifts in burial mounds. They sacralised the state territory and legitimised the ruler. Therefore, when we talk about side products of the wine culture, we should take into consideration the creation of new shapes of objects, the use of valuable materials and the involvement of skilled artists.

The gold ring from Yakimova Mound by Krushare village is decorated with the image of a young man pouring something out of an amphora. Wine libation over a burning altar in Ancient Thrace gave an opportunity to the claimant to the throne to legitimize his power by asking Dionysius, the god of wine, for his divine sanction. We know an inscription from Emporion



Предмети от археологически разкопки от Сливенско.  
© РИМ – Сливен.  
Objects from archeological excavations from Sliven region.  
© RMH – Sliven.

За индоевропейските народи е обичайна представа за коня като същество, свързано едновременно с трите равнища на вселената и съответно със способността да проникне във всеки от трите свята. Тази популярност му е осигурила образа на крилатия кон, т.е., за който е достъпен и горния, небесен свят (Раевски 1988: 231). С коня мъртвецът преодолява „дългия път“ между двата свята. Пътят на владетеля към отвъдния свят съвпада с царската обиколка, която той извършва приживе. Например при скитите балсамираното тяло на мъртвия владетел се качва на кола и посещава всички основни точки на царството. Обиколката ритуално реинтегрира територията на царството и възстановява нарушения от смъртта социален космос (Маразов 1994: 235). При индоевропейските народи конят е животно белязано с погребална символика (Елиаде 2002: 74). Затова той се явява основното жертвено животно, призвано „да се отправя“ в другите светове и да пренесе на техните обитатели молитвите на принасящите жертвата (Раевски 1988: 231, 247). В Калояновската гробница и в Далакова могила за тази цел са жертвопренесени яздитни коне (Чичикова 1969: 45–90; Китов

Pistiros about a sworn contract concluded in the name of Dionysus (Домарагска 1991:10). The vessel images are also interesting. We know about three black figure lekythoi from Yakimova Mound by Krushare village with images of intertwined ivy leaves and bunches of grapes. According to the Hellenic synthesis of Dionysus in the red figure Attica vase pictures from the mid-6th century BC, ivy symbolizes victory over the enemy. The origin of ivy is from Sabazius's ring; in the later Hellenic interpretation of the borrowed beliefs, however, it eventually became a symbol of Dionysus. There is a fragment of a scene with three images of men on a red-figure column crater from a burial mound in Kamen village. One, with the head bent down, is serving fruit in a fruit bowl. The other person in front of him is pouring liquid in the cup of the third figure (most probably a king because of his dominating position and the head held high). There is a scene on the pelike from the tomb by Kaloyanovo with Dionysus's train – a satyr and maenads (Чичикова 1969: 45–90). We presume that those pictorial texts are actually visual poems equivalent to the songs performed by aiodoi at feasts. The king, listening to the aiodoi while holding the jug, rhyton or kantharos covered with images, could see the myth they were singing about depicted on the vessel. Wine played a role in visualized poems containing mythological and epic concepts appearing on vessels. Wine and rituals related to it largely promoted Ancient Thracian art development<sup>3</sup>.

In the traditional beliefs of the Indo-European nations, the horse is a creature connected to the three levels of the universe at the same time, and is also capable of entering any of the three worlds. That fame has equipped it with the image of the winged horse, i.e. the horse has access to the upper, celestial world (Раевски 1988: 231). On horseback, a deceased man manages to pass the 'long road' between the two worlds. A king's road to the world beyond was identical with the ride around the country that he performed while living. The Scythians, for example, loaded the embalmed king's body on a cart to visit all key points of the kingdom. That tour was a ritual of reintegration of the territory of the kingdom and reconstructed the social cosmos destroyed by death (Маразов 1994: 235). For the Indo-Eu-

<sup>3</sup> <http://m.focus-news.net/?action=opinion&id=40946> (9.07.2020).

2008: 52), в Кростава могила, Могила 1, с. Коньово, Могила 2, с. Коньово, Злата могила, с. Съдиево, могила, с. Кортен, Източна могила, с. Караново, с. Старо село и в Гурева могила, са заровени колесници (Китов, Димитрова, Сираков 2008: 250; 2009: 284–286; Pageva, Сираков 2005: 157; Игнатов 2010: 282–296; Ignatov 2007: 47–60).

В Далакова могила са открити много украшения от конска амуниция. Отделните апликации, както и елементи от конската гарнитура, се разполагат в обща композиция, без да се индивидуализира тяхното участие. Затова често се обясняват отделните фрагменти като „украза“, което показва неспособността правилно да се разчете тяхната семантика. За архаичния човек всичко е „значещо“, „целево“, защото всяка вещь се структурира по подобие на космическия модел и функционира като него. Знаковата система на вещица или изображението продуцира конкретни смисли, а не само чисто декоративни образи (Маразов 1994: 253). Идеологическата структура се нуждае не от отделни образи и мотиви, а от комбинация от много образи и мотиви, които да прерастват в цялостни динамични светогледи. Изобразителният текст оформя един своеобразен език, чрез който се предават духовните и етични послания към потребителите.

Идеята за разделяне на пространствената структура на космоса е представена и чрез конската гарнитура от Далакова могила. Апликациите – розети вероятно притежават астрална семантика. Те обозначават небесната зона. Докато пластичното изображение на грифон, сграбчил два коня, от сребърния начелник, отбелязва света на смъртта, т.е. хтоничната сфера. В този смисъл напрежението „горе – долу“, породено между соларното и хтоничното, може да се уравни чрез стабилната структура на вертикалния модел на космоса. Пространственото разположение на тукашно и отвъдно не е само статична картина, а и начин за ориентиране на света. Най-общо казано, за разлика от хоризонталното разположение, вертикалното предполага напрегатост в отношението на тукашното и отвъдното, трудност в преминаването на границата

European nations, the horse was an animal marked with burial symbolism (Eluaga 2002: 74). Therefore, it was the main sacrificed animal called 'to start to' the other worlds and to bring to their inhabitants the prayers of those offering the sacrifice (Paevcku 1988: 231, 247). For that purpose, riding horses were sacrificed in Kaloyanovo Tomb and in Dalakova Mound (Чучукова 1969: 45–90; Kumbov 2008: 52). In Krastava Mound, Mound 1 by Konyovo village, Mound 2 by Konyovo village, Zlata Mound by Sadievo village, the mound by Kortan village, Iztochna Mound by Karanovo village, the mound by Staro Selo and Gureva Mound have chariots buried in them (Китов, Димитрова, Сираков 2008: 250; 2009: 284–286; Pageva, Сираков 2005: 157; Игнатов 2010: 282–296; Ignatov 2007: 47–60).

Numerous elements of horse trappings were found in Dalakova Mound. The separate applications and parts of the horse harness ornaments were placed in a joint composition, without any individualisation of their roles. Therefore, the separate fragments are often interpreted as decoration, which indicates incapability to correctly decode their meaning. For the archaic person, everything was *meaningful, purposeful*, because each object was structured in resemblance to the cosmic model and functioned accordingly. The symbol system of an object or image produced specific thoughts rather than simply decorative images (Маразов 1994: 253). What the ideological structure needed was not separate images and patterns; it needed a combination of many images and patterns that grew into complete dynamic views of life. The pictorial text created a special language that conveyed spiritual and ethical messages to the users.

The idea of splitting the spatial cosmic structure can also be seen in the set of decorative horse accessories from Dalakova Mound. The rosette applications probably had astral semantic significance. They denoted the area of the sky. The sculptured image on the silver headstall of a gryphon gripping two horses, on the other hand, marks the world of death, i.e. the chthonic space. In this sense, the tension between *up* and *down* generated between the solar and the chthonic could be balanced by a stable structure of the vertical cosmos model. The spatial location of the world here and the beyond is not just a still picture; it is just as well a

между тях. Именно космологичният модел се преобразува в особен тип общуване между тукашното и отвъдното и същевременно става вид човешко поведение (Бозданов 1999: 155).

Украшенията са суперкултурен знак, затова тяхното носене от хората е равнозначно на принадлежност към културното, окултуреното, опитоменото. Показателно е, че това се отнася и за животните. В Далакова могила са положени множество елементи от украсата на конска сбруя и юзди. В светилището на Артемида в Браурон е засвидетелствано даряване на конска юзда, което има дълбинен миторитуален смисъл (Osborne 1985: 160). Конете с юзди са част от човешкия свят, т.е. те са опитомени (Маразов 1994: 215). Специалното отношение към конската юзда в Тракия предполага нейната роля в брачната символика, изразяваща се чрез атрибутивния код – подчиняването на животното, както и на жената (Маразов 2013: 285).

От Далакова могила са известни сребърни украси на кон: начелник с пластична част, оформена като глава на грифон. Майсторът умело предава чертите на фантастичното същество и насочва вниманието на зрителя към двете конски глави, сграбчени от митичния хищник. Друг пример на тракийската тореутика са пластичните сребърни украси на кнебелите на юздите с грифони, които се срещат за пръв път в Тракия. Сребърният наносник от Далакова могила представлява стилизиран образ на глава на грифон със силно извит клон, високо, стърчащо нагоре ухо и преувеличено голямо кръгло око, с кръгла изпъкнала зеница. Тези митични същества – обитатели на крайния север пазят златото на Аполон и се борят с всички други митични раси, обитаващи маргиналните зони на космоса: амазонки, аримаспи и т.н. (Полосьмак 1994). Те са тъжгествени на изолираното, чуждото, дивото пространство. Изработени са чрез техниката отливане и гравирание на отделни елементи, за да се подчертаят специфичните качества, с които са натоварени (Сираков 2014: 157–161). Митологичните характеристики на грифона въплъщават чертите на антикултурата. Те се допълват и от поведение-

way to locate the world. Generally speaking, unlike the horizontal placement, the vertical positioning suggests tension in the relations between the world here and the beyond, and difficulties in crossing the border between them. It is exactly the cosmological model that got transformed into a special type of communication between the world here and the beyond, and at the same time became a kind of human behaviour (Бозданов 1999: 155).

Decorations are a supercultural mark, hence decorations being worn by people was equal to being part of the cultural, the cultured, the tamed. It is noteworthy that the same applied to animals. Dalakova Mound contained numerous elements of the decoration of horse gear and reins. There is an evidence in Artemis' temple in Brauron for votive offering of a horse rein, which had a deep mytho-ritual significance (Osborne 1985: 160). Reined horses were part of the world of humans, i.e. they were tamed (Маразов 1994: 215). The special view on horse reins in Ancient Thrace suggests its role in the marital symbolism expressed in the attributive code – the subjugation of the animal as well as of the woman (Маразов 2013: 285).

Silver horse gear ornamentation was found on Dalakova Mound: headstall with a sculptured griffon head. The artisan skilfully sculptured the features of that fantastic creature and focused the viewer's attention to the two horse heads in the grip of the mythical predator. Another example for Thracian tereutics is seen in the moulded silver griffon trappings of the rein holders, the first ones of that kind in Thrace. The silver noseband from Dalakova Mound is a stylized griffon head with a markedly curved beak, a tall ear sticking up and an exaggerated huge round eye with a round bulging pupil. Those mythical creatures living in the northernmost areas guarded Apollo's gold and fought with all other mythical races living in marginal cosmic spaces: Amazons, Arimaspians, etc. (Полосьмак 1994). They were identical to the secluded, savage, wild space. The production methods were casting and engraving the different parts in order to highlight the specific qualities they bore (Сираков 2014: 157–161). The mythological features of the griffon embody the traits of anticulture. They are augmented by the mythical creature's behaviour revealing its extreme ag-

то на митичното съществуване – неговата изключителна агресивност. Поради досега на грифона с отвъдното той кодира смъртта. Естествено е мотивът борба между грифон и тревопасно, какъвто имаме при начелника от Далакова могила, да се включва в същия комплекс от есхатологични идеи и да навлезе широко в погребалното изкуство (Маразов 2013: 144). От гледна точка на семантиката копитното животно (конят) символизира „този свят“, а противопоставящите му се отвъдни светове, са обозначавани от образа на грифона (Раевский 1985). Мотивът на борбата на животните изразява идеята за взаимоотношенията на света на смъртните със смъртоносните „други светове“. В митологичното мислене на древните смъртта се разглежда като задължителен елемент на цикличните жизнено процеси. Те са своего рода жертвоприношение на боговете, които в отговор на това изпълняват ролята на дарители на новия живот, т.е. това е своеобразна размяна на дарове между света на боговете и света на хората. Грифоните са функционално сходни с инициационните общества. Този тип животни влизат в системата на царската идеология, където едновременно са и антагонист и зооморфна персонификация на героя (Маразов 2013: 144).

Златните и сребърните камбанки на конската гарнитура олицетворяват акустичния код, с който посветеният контактува с отвъдния свят. Музиката, звънът в тракийската обредна практика заема доминираща позиция. От мита ни е известен музикалният талант на Орфей, който укротявал дивата природа и дори успява да постигне невъзможното, да умилостиви отвъдните богове, за да върне жена си Евридика в настоящия свят. В античния свят Орфей е известен със създаването на ново аристократично учение, което става доминиращо през цялото I хил. пр.Хр. В безписмените култури в метричен стих и музика вероятно са предавани закодираните мистериални учения. От Древна Тракия са известни много мисти, използващи музиката за предаване на своите послания, а именно: Музей, Тамирис, Лин (Маразов 1994: 170). Аудиое-

gression. Because the griffon was in contact with the beyond, it encoded death. It was only natural for the pattern of the fight between a griffon and an herbivorous animal like the one seen on the headstall from Dalakova Mound to be part of the same set of eschatological concepts and to be widely used in funerary art (Маразов 2013: 144). From the semantic aspect, the hooved animal (the horse) symbolises 'this world', while the confronting worlds from the beyond are represented by the griffon image (Раевский 1985). The pattern of the fight between the animals is an expression of the concept of the relations between the world of mortals and the deadly 'other worlds'. Death in the mythological thinking of the ancient people was seen as an inevitable element of the life cycle processes. It was like a sacrifice to the gods who, in response, performed the role of donors of new life; in other words, it was like exchanging gifts between the world of gods and the world of humans. Griffons have a functional similarity to the initiation communities. That type of animals was part of the royal ideology system where they played the role of an antagonist and, at the same time, were a zoomorphic personification of the hero. (Маразов 2013: 144).

The gold and silver bells on the horse trappings embodied the acoustic code used by the initiated when communicating with the beyond. Music and ringing had a dominating role in the Thracian ritual practices. We know the myth about Orpheus' musical talent that gave him the power to tame wild nature and even to achieve the unachievable: to appease the gods of the beyond to let him bring his wife Eurydice back to this world. Orpheus was known in the ancient world with the new aristocratic doctrine he created; it dominated all through the 1st millennium BC. The cultures that had no writing most probably used metric poems and music to teach encoded mystical doctrines. There were many mysticists in Ancient Thrace, who conveyed their messages through music: Musaeus, Thamyris, Linus (Маразов 1994: 170). Audio language was also used in initiation rituals whereby the neophyte masters (Theseus leading the youths of Athens, lyre in hand; Apollo also used that instrument) used the sound of a music instrument to give a start to ritual dancing (Маразов 1994: 286). A poet's song was 'an

зикът се използва и в инициационните обреди, като наставниците на неофите (Тезей е начело на атинските ефеби с лира в ръка, Аполон също използва този инструмент) сигнализират началото на ритуалните танци със звуците на музикален инструмент (Маразов 1994: 286). Песента на поета е „акт на истината“<sup>4</sup>. Произнасяна от поета, тя има незабавен ефект върху околния свят (Watkins 1995 RV 1.152.2b), тя е движещата сила, поддържаща космическия порядък (Елизаренкова 1989). Сигурно същото се очаква и от образа и сюжета в изкуството, които вероятно притежават подобна мощ за въздействие върху социалния и природния космос, както вербалната формула. Затова иконографията създава набор от повтаряеми сцени, мотиви, образи, знаци, своего рода изобразителни формули, защото, както в ритуала, само традиционната формула е истинна (Маразов 2013а: 22–31).

Ако вербалната култура е насочена към слуха, то изобразителната традиция оперира в сферата на зрението. В мистериалната сфера виждането на тайните свещени неща съставлява основния акт на посвещение (Маразов 2011).

Цялата тази система от визуални знаци има за цел да утвърди в съзнанието на поданиците царската идеология. Този митологичен цикъл служи като средство за изразяване на разпространените в обществото концепции за изградеността от боговете световен ред и като средство за предаване на свещеното знание от поколение на поколение. Именно митологичните прецеденти свидетелстват за божествената санкция за запазване на стабилността и непоклатимостта на тази социалнополитическа организация, което е залог за благополучие и процъфтяване на обществото. В архаичните митологии представата за двата свята, където живеят умрелите – горния и долния, е доста устойчива. Променя се само обяснението за причините, поради които човек след смъртта се отправя в единия или в другия свят. Главна характерна особеност на „средния свят“ е, че той е свят на смъртни същества. Те постоянно го напускат и отиват в другите



Предмети от археологически разкопки от Сливенско.

© РИМ – Сливен.

Objects from archeological excavations from Sliven region.

© RMH – Sliven.

act of truth<sup>4</sup>. It had an immediate effect on the world around as soon as it was pronounced by the poet (Watkins 1995 RV 1.152.2b); it was the driving force that kept the cosmic order (Елизаренкова 1989). The same was probably expected from the image and the story in art, that were likely to possess power to model the social and natural cosmos that was similar to the verbal formula power. Therefore, iconography created a set of reiterating scenes, patterns, signs serving as pictorial formulae because, just like in rituals, only the traditional formula is true (Маразов 2013а: 22–31).

If verbal culture is meant for the hearing, the image tradition operates in the domain of sight. In the domain of mysteries, seeing the secret sacred things was the key initiation act (Маразов 2011).

That whole system of visual signs was meant to strengthen the royal ideology in the mindset of the king's subjects. The mythological cycle was a vehicle to express the concepts popular among the society about a world order created by gods, and also a tool to transfer the sacred knowledge to the new generations. It was exactly the mythological precedents that provided evidences of the divine sanction given to

<sup>4</sup> Sanskr. \*satyakriyā.

<sup>4</sup> Sanskr. \*satyakriyā

светове – при боговете и предците, които са владетели на отвъдния свят, но са и дарители на новия живот (Раевски 1985: 18). Тракийското погребално изкуство ни дава няколко начина за приобщаване на мъртвия към отвъдния свят, а именно чрез лов, брак, пир, път, възраждане и героизиране чрез увенчаване. (Маразов 1994: 422).

От писмените извори е известно, че митичните царе Орфей и Залмоксис са посветени от боговете в свещените тайни и те ги предавали на аристокрацията по време на мистерии. Затова богът е „видим“ само за достигналия висшата инициация – цар (Маразов 1994: 110–111). Това става само чрез мистериално посвещение. В този смисъл пътят към самоусъвършенстването, придобит чрез тайното познание води до безсмъртие. Владееенето на тайното знание, получено чрез посвещаване, е основен елемент в царската идеология. Посветените изминават пълния цикъл в развитието си от смъртни до герои, антроподемони и до качествената определеност бог, който е не само безсмъртен, но е и съвършен (Понов 2004: 491–503). В тракийската култура постепенно се оформя един своеобразен език, образният език на мита, който ни дава възможност да реконструираме идеята за бленувания свят, в който златото има не толкова материална, колкото знакова, духовна стойност. Тракийските владетели жертват своите съкровища в името на боговете, като ги заравяват в земята, те повишават магичната ефективност на самото ритуално действие – прехода от едно състояние в друго (Маразов 1994: 13). Само носителят на тайното знание, може да изпълнява сложни, херметични инициационни обреди, които го поставят в категорията на изофункционалните високосемиотизирани фигури в архаичното общество. Именно само царят може да изработи безценните инсигнии на сакралната власт, защото е посветен в тайната. Благодарение на овладяването на тази тайна той се превръща в идеологически необходимата фигура на медиатор, който осъществява връзката между света на боговете и земята на хората (Маразов 1994: 53).

Предметният и изобразителният текст на

keep the stability and strength of that social and political organisation as a guarantee for the welfare and prosperity of the society. In the archaic mythologies, the concept of the two worlds where the dead lived – the upper world and the underworld – was quite sustainable. The only thing that got changed was the explanation of the reasons for a man, after he died, to go to one of the worlds or to the other. The most descriptive feature of the ‘middle world’ was that it was a world of mortal creatures. They kept leaving it to go to the other worlds, to the gods and ancestors that ruled the world beyond, but were just as well donors of new life (Раевски 1985: 18). The Thracian funerary art presents several different ways for the dead man to be included to the world beyond: by hunting, marriage, feast, road, revival and heroization through crowning (Маразов 1994: 422).

As known from written sources, the mythical kings Orpheus and Zalmoxis were initiated into the sacred secrets by the gods, and they conveyed those secrets to the aristocrats during the mysteries. Hence, the god was ‘visible’ only to the one, who had achieved the highest initiation – the initiation of a king (Маразов 1994: 110–111). The only way for that to happen was to go through a mysterial initiation. In that sense, the road to self-perfection acquired through the secret knowledge granted immortality. The command of the secret knowledge obtained through initiation was a key constituent of the royal ideology. The initiated men went all the way in their development from mortals to heroes, anthropodemons and to the defined quality of god, who was not only immortal; he was also perfect (Понов 2004: 491–503). A special language was gradually developed in the Thracian culture – the figurative language of the myth enabling one to reconstruct the concept of the dreamed world in which the significance of gold was much more symbolical and spiritual than material. The Thracian kings sacrificed their treasures in the name of the gods; by burying them in the ground, they strengthened the magical effectiveness of the ritual action – the transfer from one condition to another (Маразов 1994: 13). Only the holder of the secret knowledge was capable of performing complex, hermetic initiation rituals that placed him in the category of isofunctional highly semiotized figures in the

погребението, осмислени в контекста на тракийската митология, позволяват на нас – съвременните изследователи, да разбираме собствения възглед на древния човек за обкръжаващия го свят, който е и ключ към цялата тракийска култура.

**Доц. д-р Николай Сираков**

Регионален исторически музей „д-р Симеон Табаков“ – Сливен  
гр. Сливен, бул. „Цар Освободител“ 18  
e-mail: niki\_sirakov@abv.bg

**Литература / References**

**Агре, Даниела 2003.** Бронзова матрица от Драгоево, Шуменско. – В: Александър Фол (ред.). *Пътят. Сборник научни статии, посветени на живота и творчеството на д-р Георги Китов*. Гео Прес, 23–26.

**Агре, Даниела 2006.** Владетелски гроб от могила между селата Маломирово и Златиница, Елховско (Ямболска област). – В: *IV Международен симпозиум „Поселищен живот в Тракия“*, Ямбол, 139–144.

**Богданов, Богдан 1999.** Екстаз и ентузиазъм. За вертикалното моделиране на света и свързаната с него шаманска идеология. – *Митология, изкуство, фолклор (МИФ)*, 5, 147–158.

**Велков Иван, Христо Данов 1939.** Новооткрити старини. – *ИАИ*, XII, 437.

**Венедиков, Иван 1964.** Находката от Старо село, Сливенско. – *ИАИ*, XXVII, 77.

**Георгиева, Росица, Тодор Спиридонов, Мания Рехо 1999.** Храна и хранене (Края на II - I хил. пр. Хр.). – В: *Енология на траките*. София, 71–111.

ancient society. Indeed, only the king was capable to process the priceless insignia of sacred power because he was initiated in the secret. Through acquiring the knowledge of that secret, he was transformed into the ideologically necessary figure of a mediator effecting the connection between the world of gods and the earth of the people (Маразов 1994: 53).

The material and the pictorial text of a burial seen in the Thracian mythology context enable us, modern researchers, to understand the ancient man's concept of the world around, which is actually the key to the Thracian culture in all its aspects.

**Assoc. Proff. Nikolay Sirakov, PhD**

*Dr. Simeon Tabakov Regional Museum of History, Sliven*

*Sliven, 18 Tsar Osoboditel Blvd.*

*e-mail: niki\_sirakov@abv.bg*

**Димитров, Димитър 1960.** Градоустройство и архитектура на тракийския град Севтополис. – *Археология*, кн. 2, 3–15.

**Димитрова, Диана 2008.** Експедиция ТЕМП с ново откритие. – *Будител*, 3 (9), с. 14–15.

**Димитрова, Диана 2009.** Танева могила. – В: *По пътя на миналото. Сборник научни статии по повод 65-годишнината на д-р Георги Китов*. София: ИК „Арос“, 80–84.

**Димитрова, Диана 2009а.** Якимова могила. – В: *По пътя на миналото. Сборник научни статии по повод 65-годишнината на д-р Георги Китов*. София: ИК „Арос“, 221–225.

**Димитрова, Диана 2009б.** Долината на тракийските царе продължава на изток (нови доказателства). – *Наука*, кн. 1, 39–43.

**Димитрова, Диана 2010.** Сребърен ритон от Далакова могила – елемент на царското угощение. – В: *Югоизточна България през II–I хил. пр. Хр.* Варна: Книгоиздателство „Зограф“, 221–227.

**Димитрова, Дяна 2011.** Златната маска. – *Наука*, кн. 3, 44–50.

**Домарагски, Мечислав 1991.** Том 1. *Емпорион*

*Пистирос. Трако-гръци търговски отношения.* Пазарджик: ИК „Беллопринт“.

**Елиаде, Мирча 2002.** *Митът за вечното завръщане.* София.

**Елизаренкова, Татяна 1989.** „Ригведа“ – великото начало на индийската литература и култура. – В: *Ригведа. Мандалы I–IV.* Москва, с. 540.

**Игнатов, Веселин 2010.** Проучване на гвуколки в Новозагорско. – В: *Югоизточна България през I–II хилядолетие пр. Хр.* Варна: Книгоиздателство „Зораф“, 282–296.

**Китов, Георги 2007.** Долината на тракийските царе в Сливенско. – *ИМЮБ.* Кн. 23, 44–57.

**Китов, Георги 2008.** Долината на тракийските царе продължава на изток. – *Наука*, кн. 1, т. 18, 49–56.

**Китов, Георги, Дияна Димитрова, Николай Сираков 2007.** Кростава могила. – В: *АОР през 2007.* София, 250.

**Китов, Георги, Дияна Димитрова, Николай Сираков 2008.** Кростава могила в землището на с. Драгоданово, Сливенско. – В: *АОР през 2008.* София, 284–286.

**Ковачев, Георги, Николай Сираков 2016.** Керамичен ритон с форма на хипалектрион от колекцията на РИМ – Сливен. – В: *Тракия и околният свят. Сборник с доклади от Национална научна конференция 27–29.10.2016. В памет на археолога Георги Атанасов.* Шумен: РИМ – Шумен, 260–281.

**Краев, Георги 1996.** *Български маскарадни игри.* София: Alissa.

**Краев, Георги 2003.** *Маска и було.* София: Изд. „Изток – Запад“.

**Купър, Джеймс 1993.** *Енциклопедия на традиционните символи.* София.

**Маразов, Иван 2009.** Ритон с глава на овен от Далакова могила. – *ИМЮБ.* Кн. 24, 20–61.

**Маразов, Иван 1992.** *Видимият мит.* София: Изд. „Хр. Ботев“.

**Маразов, Иван 1992а.** *Мит, ритуал и изкуство у траките.* София: УИ „Св. Климент Охридски“.

**Маразов, Иван 1994.** *Митология на златото.* София: Изд. „Христо Ботев“.

**Маразов, Иван 1994а.** *Митология на траките.* София: „Секор“.

**Маразов, Иван 2000.** Маската Баубо в балкански контекст. – *Български фолклор*, 26 (4), 9–31.

**Маразов, Иван 2003.** Художествени модели на древността. – *МИФ. Монографии 2.* София: НБУ.

**Маразов, Иван 2007.** „Полумаска“ в обряда за похоронения девних фракийцев. – В: *Труды по русской истории. Сборник статей в память о 60-летию И. В. Дубова.* СПб., 216–232.

**Маразов, Иван 2008.** Златна пластинка за покриване на устата. – *Годишник на Регионален исторически музей – Сливен.* Т. 1, 13–25.

**Маразов, Иван 2009.** Ритон с глава на овен от Далакова могила. – *ИМЮБ.* Кн. 24, 20–61.

**Маразов, Иван 2010.** Вълчата маска в Тракия. – *Годишник на департамент „Антропология“, НБУ.* Т. 4. – <http://ebox.nbu.bg/apl2010/index.php?p=10>.

**Маразов, Иван 2011.** *Мистерии на Кабирите в Древна Тракия.* София: ИК „З. Стоянов“.

**Маразов, Иван, Татяна Шалганова 2012.** *Хетеротопия на Древна Тракия.* София.

**Маразов, Иван 2013.** *Амазонките.* София.

**Маразов, Иван 2013а.** Царската идеология и изкуство на фракийците. – В: *Фракийско злато. Ожившие легенды.* Москва. Каталог выставки в ГИМ: 22-31.

**Маразов, Иван 2015.** Ритон с фигура на пелел-кон от Крушаре. – *Годишник на Регионален исторически музей – Сливен.* Т. 3, 68–80.

**Мелькова, Анна 1976.** К вопросу о взаимосвязях скифского и фракийского искусства. – В: *Скифо-сибирский звериный стиль в искусстве народов Евразии.* Москва, 106–128.

**Мелькова, Анна 1981.** *Краснокутский курган.* Москва.

**Михайлова, Ганка 2002.** Маскирани ли са маскираните персонажи. – *МИФ. Монографии 1.* София: НБУ.

**Мозолевский, Борис 1975.** Фракийская узда из Хоминой могилы. – В: *Фрако-скифские культурные связи.* Москва, 166–180.

**Николов, Богдан 1986.** Каталог на Рогозенското съкровище. – *Изкуство*, 6, 46–60.

**Николов, Богдан 1987.** Голямата чаша от Рогозенското съкровище. – *Археология*, 6, 55–64.

**Переводчикова, Елена 1980.** О возможности исследования скифского звериного стиля как изобразительной системы. – В: *Сборник Проблемы истории античности и средних веков.* Москва.

**Петров, Иван 1993.** Тракийски могилен некро-

пол край с. Горски извор, Хасковско. – *ИМЮИБ*, 16, 7–36, фиг. 3 и 4.

**Платон 2014.** *Държавата*. София: ИК „Изток – Запад“.

**Полосьмак, Наталъя 1994.** *Стерегущие золоту грифы*. Новосибирск: Наука.

**Попов, Рафаил 1922-25.** Сребърно съкровище от Букьовци. – *ГНАМ*, с. 8.

**Попов, Димитър 2004.** *Древни общества и култури*. София: ЛИК.

**Рабаджиев, Константин 2013.** Имагинерното пространство на траките: светът на отвъдното. – В: *Сборник в памет на академик Димитър П. Димитров*. София, 133–153.

**Рабаджиев, Константин 2016.** Лов в рая. – В: *Проблеми и изследвания на тракийската култура*. Т. 8. Казанлък, 208–220.

**Раевски, Дмитри 1985.** *Модель мира скифской культуры*. Москва: Наука.

**Раевски, Дмитри 1988.** *Митология на скитите*. София: Български художник.

**Раева, Мери, Николай Сираков 2005.** Спасителни разкопки на надгробна могила при с. Желю войвода, Сливенско. – В: *АОР през 2004*. София, 157.

**Сираков, Николай 2010.** Сребърният ритон – кентавър – атрибут на царската власт. – *ИМЮБ*, 25, 32–38.

**Сираков, Николай 2014.** Глинен фигурен съд във вид на овен. – *България в световното културно наследство. Материали от третата национална конференция по история, археология и културен туризъм „Пътуване към България“ – Шумен, 17–19.05.2012 г.* Шумен, 157–161.

**Сираков, Николай 2015.** Сребърна чаша „Гобеле“ от Орешкова могила, с. Тополчане, Сливенско. – *Известия на ТУ – Сливен*. Кн. 3. Сливен, 56–60.

**Сираков, Николай 2021.** *Антични накити от Регионален исторически музей – Сливен*. Сливен.

**Скрижинская, Марина 2002.** Иллюстрации литературных произведений на антических вазях из раскопок Боспора. – *РА*. 1: 24–37.

**Тачева, Маргарита 1987.** *История на българските земи в древността*. Втора част. София: Наука и изкуство.

**Филов, Богдан 1930-1931.** Античната гробница при с. Дълбоки, Старозагорско. – *ИБАИ*. Кн. 6.

**Филов, Богдан 1934.** *Надгробните могили при*

*Дуванли*. София.

**Фол, Александър 1972.** *Политическа история на траките*. София: Изд. „Наука и изкуство“.

**Фол, Александър 1991.** *Тракийският Дионис*. Кн. 1. *Загрей*. София: УИ „Св. Климент Охридски“.

**Чучикова, Мария 1969.** Тракийска могилна гробница от с. Калояново, Сливенски окръг. – *Известия на Археологическия институт*, 31, 45–90.

**Шалганова, Татяна 2009.** Убор конской юзды – В: Иван Маразов, Гергана Кебакчиева, Татяна Шалганова. *Спасенные сокровища Фракии из „Коллекции Васила Божкова“*. София: Фондация Тракия, 155–157.

**Aikaterini Despini, Wolfgang Schymann and Jean-Robert Gisler 2009.** GOLD FUNERARY MASKS. – *Antike Kunst*, 52. Jahrg, 20–65.

**Boardman, John 2001.** *Greek Gems and Finger Rings. Early Bronze Age to Late Classical*. London: Thames and Hudson

**Bril, Jacques 1983.** *Le masque ou le Pure ambigü*. Paris: Payot.

**Bowra, C.M. 1952.** Orpheus and Eurydice. – *CP*. 2, 113–126.

**Castelli, Franco, Piercarlo Grimaldi 1997 (a cura di).** *Maschere e corpi. Tempi e luoghi del Carnevale*. Meltemi.

**Chrysostomou, Anastasia and Pavlos 2001.** Ανασκαφή στη δυτική νεκρόπολη του Αρχοντικού Πέλλας. *AEMTh* 15, 477–486.

**Chrysostomou, Anastasia and Pavlos 2002.** Ανασκαφή στη δυτική νεκρόπολη του Αρχοντικού. *AEMTh* 16, 465–473.

**Chrysostomou, Anastasia and Pavlos 2003.** Δυτική νεκρόπολη 2003α του Αρχοντικού Πέλλας. *AEMTh* 17, 505–516.

**Chrysostomou Anastasia and Pavlos 2005.** Ανασκαφή στη δυτική νεκρόπολη του Αρχοντικού. *AEMTh* 19, 435–447.

**Dimitrova, Diana 2012.** 5<sup>th</sup>-4<sup>th</sup> C. BC Thracian Orphic Tumular Burials in Sliven Region (Southeastern Bulgaria). – In: *Tumuli Graves – Status Symbol of the Death in the Bronze and Iron Ages in Europe*. V. Sorbu and C. Schuster (edited by). *BAR (British Archaeological Reports) International Series 2396*. Oxford.

**Fagerstörn, Kare 1993.** Welth Destruction as a Sign of Iron Age Political Strife; the Greek Exampel. – In: *Current Swedish Arhaeological Society*, 49 – 57.

**Flower, Harriet I. 2006.** *Ancestor Masks and*

*Aristocratic Power in Roman Culture*. Oxford University Press.

**Frontisi-Ducroux, Françoise 1984.** Au miroir du masque. – In: C. Bérard (ed). *La cité des images*. Ed. de la Tour SA.F. Natan: 147–160.

**Gould, Jonh 1973.** Hiketeia. – *JHS*.93: 74–103

**Graf, Fritz 1986.** Orpheus: A Poet Among Men. – In: Bremmer, J.N. *Interpretations of Greek Mythology*. Wochester. Billing & Sons Ltd.: 80–106.

**Heat, Jonh 1994.** The Failure of Orpheus. – *TAPA*. 124: 163–196.

**Herodotus 1908:** *Historiae*. C. Hude (ed), V, I, Oxford University Press

**Irenaeus Lugdunensis 2001.** *Adversus haereses / Gegen die Hgresien*. Ubers und eingel.von N. Brox. Freiburg, I.26.6:

**Ignatov, Veselin 2007.** The chariot in the burial rite of ancient Thrake. – *Archaeologia Bulgarica*, 11(1), 47–60.

**Jelen, Janos, Jean-Francois Hubert, Gabor Sembery, Leila Sembery 2009.** *Gold Masks of Asia from the Collection of Dr. Zelnik*. Budapest.

**Jenkins, Ian D. 1994.** Face Value: The mask in Greece and Rome. – In: J. Mack (ed). *Masks and the Art of Expression*. H. Abrams, Inc. Publishers, 150–167.

**Karo, George 1930.** *Die Schachtgrgber von Mykenai*.

**Lévi-Strauss, Claude 1982.** *The Way of the Masks*. University of Washington Press.

**Marazov, Ivan 1996.** *The Rogozen Treasure*. Sofia: Secor, 220–242.

**Marazov, Ivan 2011.** *Thrace and the Ancient World*. V. Bojkov Collection. Sofia: Accent.

**Mertens, Joan 1989.** Timeas's Scarab. – *Metropolitan Museum Journal*, vol. 24, 53–56.

**Mylonas, George E. 1973.** Ο ταφικός κύκλος Β των Μυκηνών (text 1973>plates 1972).

**Napier, A. David 1986.** *Transformation and Paradox*. University of California Press.

**Osborne, Robin 1985.** *Demos: the Discovery of Classical Attica*. Cambridge University Press.

**Pearson, Michael Parker 1982.** Motuary Practices, Society and Ideology: an Ethno – Archaeological Study. – In: Ian Hodder (ed). *Symbolic and Structural*

*Archaeology*. Cambridge University Press, 99–115.

**Raabe, Eva 1992.** Vertraute Masken und offene Geheimnisse. – In: Eva Raabe (Herausg.) *Mythos und Maske*. Frankfurt am Main. Museum für Völkerkunde, 17–46.

**Schnapp-Gourbeillon, Année 1981.** *Lions, héros, masques. Les représentations de l'animal chez Homère*. Fr. Maspero/Textes à l'appui.

**Seip, Lisa 1999.** Transformations of Meaning: The Life History of a Nuxalk Mask. – *World Archaeology*. Vol. 31, No. 2, 272–287.

**Smith, Adam T. 2007.** The Politics of Loss: Comments on a Powerful Death. – In: N. Laner (ed). *Performing Death. Social Analyses of Funerary Traditions in the Ancient Near East and Mediterranean*. The Oriental Institute of the University of Chicago. Oriental Institute Seminars, 3, Chicago, 163–166.

**Venedikov, Ivan 1969.** L'art thrace et l'art achéménide. – In: *Actes du I congrès International des études balkaniques et sud-est européennes*. Sofia. II: 381–396.

**Vernant, Jean Pierre 1966.** *Mythe et pensée chez les grecs*. Paris: Maspero.

**Vernant, Jean Pierre 1990.** *Figures, idoles, masques*. Paris: Julliard.

**Watkins, Calvert 1995.** *How to kill a dragon. Aspekt of indo-european poetics*. New York, Oxford: Oxford university press.

**Aristoteles:** Aristotle. *Politics*. Translated by Harris Rackham, from the Loeb Classical Library edition of 1944, digitized by the Perseus Project. – <https://topostext.org/work/100>

**Diodorus:** Диодор Сицилиѹски. *Историческа библиотека*. – <http://simposium.ru/ru/node/863>.

**Nepos 1886.** Alcibiades: Cornelius Nepos: *Lives of Eminent Commanders*. Translated by the Rev. John Selby Watson.

**Xenophon 1951.** Anabasis: Ксенофонт. *Анабазис*. Перевод, статья и примечания М. И. Максимова. Москва–Ленинград.

**Xenophon 2010.** Hellenica: Ксенофонт. *Греческая история*. Москва.

## Образи на наследството и мотиви в музейни репрезентации в Сливен и Русе

Николай Ненов

**Резюме:** Определянето на мотиви в съдържанието на етнографските и техническите музеи представлява специфичен инструмент за „четене“ на музей в разнообразни контексти. Образите на наследството в музеите са разпознаваеми елементи от теми, обвързани с националния разказ и техните проявления в локален контекст. В текста се анализират експозиции в градовете Русе и Сливен, като се търси степента на реализирания диалог между местни общности и институциите на паметта, както и на музейните политики към наследствата, които институциите формират.

**Ключови думи:** културно наследство, музеи, етнография, политехнически музеи, образи на наследството

Настоящият текст представлява опит за изследване на общите места между създадени от различни обстоятелства музейни пространства и публични експозиции, които са обединени тематично, но се различават по своя замисъл и реализация. Едновременно с това прочитът ни ще покаже онези общи повествователни елементи, чрез които се конструират музейните репрезентации. С помощта на образите на наследството ще се очертаят възможните персонажи, локуси и теми, които изграждат парадигмата на етнографските или техническите музеи.

В предишна публикация представих гледната точка към археологическите експозиции (Ненов 2021) и посочих основните мотиви, които те съдържат<sup>1</sup>. Сега ще се опитам да продължа своите наблюдения и да разширя границите на употребата на мотивите в музейните експозиции, тъй като приемам това за част от дейностите за

<sup>1</sup> Изследването бе част от проекта „Културни ресурси, валоризиране на наследства и местно развитие“ и бе осъществено съвместно с д-р Искрен Великов, който публикува своите наблюдения върху музеите на Националното възраждане (Великов 2021).

## Heritage Images and Patterns in the Museum Exhibitions in Sliven and Rousse

Nikolay Nenov

**Summary:** Pattern identification in the content of ethnographic and technical museums is a specific museum “reading” tool in various contexts. Heritage images in museums are recognizable elements of topics related to the national narrative and their local context manifestations. The text offers analyses of the exhibitions in Rousse and Sliven in an attempt to reveal the level reached by the dialogue between local communities and memory institutions, and also by the heritage-related museum policies formed by the institutions.

**Keywords:** cultural heritage, museums, ethnography, polytechnic museums, heritage images

This text is an effort to explore the common points between museum spaces and public exhibitions sharing the same theme yet created by different circumstances hence differing in their concepts and implementations. At the same time, our interpretation will show the common narrative elements that are used to construct museum representations. The heritage images will be used as a tool to outline the possible personages, loci and themes building ethnographic or technical museum paradigms.

I presented in an earlier publication my perspective to the archaeological exhibitions (Nenov 2021) and specified the key patterns they contain<sup>1</sup>. Now I will try to go on with my observations and enlarge the boundaries of pattern use in museum exhibitions, as I view this as part of the identification and research activities concerning local forms of heritage and cultural resources that are at the basis of the dialogue we need between the places of memory and the local communities. During the research process under the project searching for cultural resources and their relation to the local communities, we tried to identify easily rec-

<sup>1</sup> The research was under the project ‘Cultural Resources, Heritage Valorization and Local Development’, funded by the National Science Fund (DN 20/12 of 20.12.2017), and was performed jointly with Iskren Velikov, PhD, who published his observations on the museums of the Bulgarian National Revival (Великов 2021).

разпознаване и изследване на местни форми на наследство и културни ресурси, които стоят в основата на търсения диалог между местата на памет и локалните общности. В хода на изследването по проекта за разкриване на културни ресурси и връзката им с общностите, ние сме търсили елементи, разпознаваеми от мнозина, които се оценностяват и превръщат в културни наследства. Изследването на възможни начини и практики при конструиране на наследства показва съществената роля на музея в посредничеството между разнообразните заинтересовани лица и културни актьори – за експониране на онези отличителни знаци от миналото, които се превръщат в разпознаваеми символи за местните общности. Текстът проследява експозициите в Русе и Сливен, обвързани с репрезентациите на наследството в етнографски реализации на минали начини на живот и чрез съхраняване на индустриалното наследство в техническите музеи. Той разглежда доколко местните културни наследства присъстват в локалните експозиции, като така описва осъществения диалог между местните общности и институциите на паметта.

В резултат от натрупания опит приемаме, че чрез наблюдение и анализ на сходни моменти в експозициите на различни музеи се разпознава категорията „мотиви“ – ключов елемент, чрез който е изграден музейният наратив (Великов 2020: 90). Мотивът представлява сюжетобразуващ стожер, който изгражда смислови послания и ги насочва към посетителя. Определянето на мотиви в съдържанието на всеки музей, разглеждани като повествователни елементи от музейния разказ, представлява метод за осветляване на общите места в различни музеи. Този метод се изявява като специфичен инструмент за „четене“ на музей в разнообразни контексти, който ще ни даде възможност да разберем посланията му и обвързаността му с общности. Въобразените експозиции на българското минало в нашите музеи представляват отлично пространство за анализ на процесите, които са ги породили, както и на тези, които те сами са предизвикали, тъй

ognisable elements that can be valorised and become cultural heritage. The exploration of possible methods and practices of heritage construction reveals the important role museums play in serving as a link between various interested parties and cultural actors in order to exhibit those distinguishing signs from the past that become recognisable symbols for the local communities. This text dwells on the exhibitions in Rouse and Sliven that are connected with heritage by representing ethnographic reconstructions of former lifestyles and by preserving the industrial heritage in technical museums. It examines the extent to which the local cultural heritage is included in local exhibitions, describing thereby the effect of the dialogue between the local communities and the memory institutions.

The experience we have accumulated leads us to the assumption that observations and analyses of similar exhibition elements in different museums help to recognise the ‘pattern’ category – a key element used in building the museum narrative (Velikov 2020: 90). The pattern is a story-building pillar that creates meaningful messages and makes them easy to understand for the users. Distinguishing the patterns seen as narrative elements of the museum story in the contents of any museum is a method to highlight points that are similar in different museums. That method acts as a specific tool to “read” the museum in numerous contexts; that tool will enable us to understand the messages of the museum and its bonds with different communities. The imagined exhibitions of the Bulgarian history in our museums are a perfect space where the processes that have generated them can be analysed; so can be the processes the very exhibitions have started because exhibition solutions in our country are hard to reach and are rarely changed. Museum exhibitions are very often pieces of the national narrative; along with the education system, they build and visualise the common points in the presentation of the nation. They create collective memory and are evidences of the historical knowledge needed to link the past to the present, constructing thereby a narrative, images, personages and interaction between them. Museum representations are a team effort that has an appropriate relation to the character of the narration built in the spirit of imagined communities. The long

като експозиционните решения у нас се постигат трудно и се променят рядко. Експозициите в музеите много често са част от националния разказ, които заедно със системата на образованието, изграждат и онагледяват общите места в представянето на нацията. Те създават колективна памет и доказват историческите знания, необходими за свързване на миналото и настоящето, с което конструират повествование, образи, персонажи, както и взаимодействията между тях. Музейните репрезентации са колективен труд, което се съотнася релевантно към спецификата на повествованието, изградено в духа на въобразените общности. Дългият самостоятелен живот на експозициите, познати у нас като „постоянни“, оставя отпечатък в мисленето на местните общности, тъй като всяко едно посещение в подобна недIALOGИЧНА среда затвърждава формираните послания и способности за поражане на образи на наследство, разпознавани от мнозина.

Регионът на Сливен се представя публично като част от голямата на тракийските царе, с което се стреми да се интегрира в познати образи и доказани послания. Доловил тренда на силен интерес към археологията, много преди откриването си музеят (с подкрепа на общината) инвестира в археологически изследвания, като кани г-р Георги Китов да проучи поредица от надгробни могили от Античността. Тъкмо тази музейна политика е реализирана в основната част на експозицията, която е събрала съкровища от множество царски погребения, с които онагледява принадлежността на региона към популярната туристическа дестинация<sup>2</sup>. Специален акцент в експозицията представлява темата за „Тууда“, крепост в непосредствена близост до

<sup>2</sup> „Долината на тракийските царе“ обикновено се свързва с региона около Казанлък, където са регистрирани, проучени и експонирани тракийски гробници. С откриването на съоръжението при Старосел (храм, мавзолей, комплекс) територията на „долината“ се разширява в западна посока. Ето защо претенциите на Сливен не идват на празно място, а са обединени от географско разположение (Подбалкан), наличие на могили, гробници и артефакти от траките, както и от присъствието на откривателя, археолога д-р Китов.

independent life of the exhibitions that we know in our country as “permanent” leaves an imprint on the local community mindset because every visit to such an environment where any dialogue is missing strengthens the messages that have already been made and contributes to the existence of heritage images recognizable to many.

Sliven region is publicly presented as part of the Valley of Thracian Kings, thus counting on being integrated in popular images and verified messages. The museum, having realized the growing trend of a strong interest in archaeology, invested in archaeological excavations (supported by the municipal authorities) long before its actual opening, and invited Dr. Georgi Kitov to do research on several burial mounds from the Antiquity. The same policy has found its implementation in the main exhibition section, where treasures from many royal burials are exhibited, visualising that way the idea that the region belongs to the popular tourist destination<sup>2</sup>. A special highlight in the exhibition is the Tuida fortress right next to the city; the fortress today is part of the new face of local tourism (Богова 2021).

The top floor of the archaeological exhibition houses the exhibition ‘Rock Sanctuaries in Sliven Region’, which is the result of a decade’s research performed by the folklore expert Assoc. Prof. Dr. Vladimir Demirev. By presenting the relation between historical legends, local memory and folklore history, the museum serves as a hub of local knowledge of heritage forms. Furthermore, it institutionalizes this type of knowledge, thus becoming its guardian. And, as the value transmission tool has failed, and the number folklore memory bearers keeps diminishing, the museum is about to adopt the function of a critical pillar of inherited knowledge which its careful and persistent work can transform into cultural heritage. Krali Marko’s footprint and table by Ostriya Kamak close to Chokoba village, the Chobra sanctuary by Kotel, the rock sanctuary by Harsulgrad

<sup>2</sup> ‘The Valley of Thracian Kings’ is usually connected to the region around Kazanlak and the Thracian burial mounds registered, explored and exhibited there. When the Starosel site was found (a temple, a mausoleum, a complex), the ‘valley’ territory was enlarged to the west. Hence, the claims of Sliven are not groundless as they share the same location (Podbalkan), the availability of Thracian burial mounds, tombs and artefacts, as well as the work of the founder, the archaeologist Dr. Kitov.

града, която е част от новото лице на местния туризъм (Бокова 2021).

На последния етаж в археологическата експозиция е изложбата „Скални светилища в Сливенско“, която идва в резултат от десетилетните проучвания на фолклориста доц. г-р Владимир Демирев. Чрез представянето на връзката между исторически предания, местна памет и фолклорна история, в музея се съсредоточава локалното знание за формите на наследство. Едновременно с това той институционализира този тип знание, с което се превръща в негов пазител. И тъй като механизмът на трансмисия на ценности не се е осъществил, а носителите на фолклорната памет оредяват, музеят се очертава като важен стожер на наследено знание, което може да се превърне в културно наследство с помощта на неговата грижовна и упорита работа. Кралимаркова стъпка и трапеза при Острия камък от с. Чокоба, светилище Чобра при Котел, скално светилище край Хърсулград до с. Кипилово са важни елементи от местни вярвания и обредни практики, които във времето са изтлели и са се загубили до голяма степен. Съзнателно провеждани културни политики за създаване на нова празничност обвързва старите култови места с нови изяви – фолклорни фестивали, прегледи на читалищни състави, общински празници. Сред новата празничност устойчиво присъствие има темата за локални храни и продукти, която чрез пресечната точка между природна среда и местни общности се фокусира върху бикултурните ресурси и тяхното валоризиране, осъществявано и с помощта на днешни фестивали (Ганева-Раичева 2021). Но ситуацията е динамична, при което търсената връзка стари места – нови празници, не получава желаната устойчивост във времето (Демирев 2020). Част от тези принципи за представяне на живите наследства, могат да се проследят и в етнографските експозиции на Сливенския музей, в които личи фолклористичното присъствие на именития местен изследовател.

Доколкото основният експозиционен разказ в археологическата експозиция в Сливен се спира до голяма степен на откритията от послед-



Етнографска експозиция с обредни персонажи Кукер и Лазарки, Сливен. © Н. Ненов.

Ethnographic exposition with ritual characters Kuker and Lazarki, Sliven. © N. Nenov.

near Kipilovo village are significant elements of the local beliefs and ritual practices that have languished and a lot of them has been lost with time. Purposeful cultural policies of creating new celebrations link the old cult places to new events: folklore festivals, culture club amateur companies and municipal celebrations. The new celebrations sustainably embrace the theme of local food and products; being a crossing point between the natural environment and the local communities, it is focused on the bio-cultural resources and their valorisation for which nowadays festivals play a certain role (Ганева-Раичева 2021). However, because of the dynamic situation, the desired link between old places and new celebrations is hardly able to become sustainable in the run of time (Демирев 2020). Some of those principles of living heritage presentation can be seen in the ethnographic exhibitions of the Sliven museum, with the folkloristic presence of the renowned researcher that can be recognised in them.

As much as the major exhibition story in the archaeological exhibition in Sliven is largely focused on the discoveries in the recent decade, illustrated by photographs of the excavation process and the researching archaeologists, we can presume that we are witnesses of one of the most important periods of this muse-

ното десетилетие, илюстрирани с фотоси от процеса на проучване, както и с лицата на археолозите проучватели, можем да предположим, че присъстваме на един от най-важните периоди от развитието на този музей. Като цяло музеят се намира в началото на своите инициативи с публики, което с времето ще го направи в по-голяма степен отворен и диалогичен. Това безспорно се доказва от великолепието на значимите находки във витрините. От своя страна музеят в Русе се опитва да представи континюитета в работата на проучвателите, тъй като множество от изследванията в региона продължават повече от век. И днес съвременните изследователи често се осланят на работата на братя Шкорпил, превърнали Русенския край в най-добре изследвания в началото на ХХ век<sup>3</sup>. Музеят пази и показва експонати в едни от първите си витрини, от 1902 г., което е търсен елемент в разказа за приемствеността, породен от липсата на представителна експозиция в продължение на три десетилетия. Двата музея, макар да се вместили хронологически в едни и същи рамки, опитват да изградят различни послания за своите публики, като така чертаят форми на местни идентичности.

Образите на наследството в региона на Русе започват да се формират през ХІХ век, когато древният Червен се появява в стихотворение на Раковски, а по-късно присъства в описанията и рисунките на австро-унгарския изследовател Феликс Каниц, в публикациите на братята Шкорпил. Античната римска станция Сексагинта Приста също е разпозната за пръв път от Феликс Каниц, а Праисторическото селище на брега на Дунав – бъдещата Русенска селищна могила, се проучва от Карел Шкорпил. Веднага след Освобождението русенският в. „Славянин“ от 1879 г. за пръв път публикува текст за Скалните църкви близо до с. Иваново, като по този начин заявява инте-

<sup>3</sup> Публикуваната през 1912 г. книга на Карел Шкорпил „Опис на старините по течението на река Русенски Лом“ представлява книга първа от Археологическата карта на България. Съставянето на тази карта на страната не е приключило и до днес, което прави работата на Шкорпил ключова за познаването на културното наследство в региона.

um's development. Generally speaking, the museum is at the beginning of its audience-related initiatives, which will make it more open and capable of having a dialogue with its visitors in the future. An unquestionable evidence of that assumption is the magnificence of the main finds in the showcases. The museum in Rousse, in its turn, is willing to present the continuity in the researchers' work, as the research work on many sites in the region has been going on for more than a century now. Even today's researchers often count on the Shkorpil brothers' work that made Rousse region the best explored area in the early 20<sup>th</sup> century<sup>3</sup>. The museum keeps some of its first showcases and uses them to display objects; they were first used by the Town Museum in 1902. This is a deliberate element in the continuity story that came in response to the three decades in which there was no appropriate exhibition. Apparently the two museums, although following the same time frame chronology, try to formulate different messages for their audiences as a way to create local identity forms.

The shaping of heritage images in Rousse region started in the 19<sup>th</sup> century, when the ancient town of Cherven was mentioned in one of Rakovski's poems, and was later included in the descriptions and drawings made by the Austrian-Hungarian researcher Felix Kanitz, and also in the Shkorpil brothers' descriptions. The Roman station of Sexaginta Prista from the Antiquity was first identified by Felix Kanitz again; the research of the Prehistory settlement on the Danube River bank – called later 'Rousse Tell' – was performed by Karel Shkorpil. Right after the Liberation, in 1879, the Slavonian newspaper that was printed in Rousse published for the first time a text about the rock churches close to the village of Ivanovo, stating thereby the local community interest in heritage. The museum must have been impressive for the local people in the period between the two wars because its collections built the world of objects in the first Bulgarian novel about Prehistory people, the novel *Ru* by Zmey Goryanin. Like a

<sup>3</sup> Karel Shkorpil's book „Опис на старините по течението на река Русенски Лом“ (Description of the Ancient Sites along the Roussenski Lom River) published in 1912 is Book One of Bulgaria's Archaeological Map. This mapping has not come to its end yet; therefore, Shkorpil's work contains fundamental information concerning the cultural heritage in the region.

реса на местната общност към старините. В периода между двете световни войни музеят явно е бил впечатляващ за местните жители, тъй като неговите колекции изграждат вещния свят на първия български роман за праисторически хора – „Ру“, на писателя Змей Горянин. Подобен на герой от вълшебна приказка Ру преминава през множество изпитания и заслужава своята съпруга. Образът на този герой е важен за българското общество от 30-те години на XX век, което търси себе си в модерни философски течения за Аз-а, в нови лидерски послания, съчетани с уникалността на произхода от зората на човечеството (Ненов 2016). В съчинението се описват вещи, които са познати на автора от времето на пребиваването му в Мъжката гимназия. Чрез каменните брадви и чукове авторът описва ловца Ру като културен герой, родоначалник на племе, който рисува в пещери, опитомява куче и се жени. Животът на Ру е опосредстван от различни занятия, които са категории на човешкия труд. Те показват специализация - специфично разделение на заниманията по вид, съобразени с пол, възраст, умения, при което хората застават помежду си в своеобразни йерархии. Тъкмо поради това много често археологическите музеи показват артефакти, които са част от „оръжията на труда“, свързани с някакво конкретно занятие – лов, риболов, земеделие, гърнчарство, обработка на камък. Естествено съществена част от показаното е с фокус върху оръжията, които отново влизат в темата за лова или за обработката на камък и метали, но приоритетно се представят и възприемат като част от човешките конфликти. Още в зората на появата на антропологията като наука се отправя поглед към древните европейски общества, където се търсят и намират примери за връзка между отделните съсловия, техните занимания и представите им за божествения свят. Тези примери стоят в основата на тристепенната скала на френския изследовател Жорж Дюмезил, която показва разделенията на основните групи в древните (индоевропейски) общества – земеделци, воители, религиозни водители, на които съот-



Етнографска експозиция с висока маса и столове „Тонет“, Сливен. © Н. Ненов.  
Ethnographic exposition with high table and chairs "Thonet", Sliven. © N. Nenov.

man in a story of magic, Ru went through many ordeals and finally became worthy of his wife. That character was important for the Bulgarian society in the 1930s when it was trying to find its identity in the then modern ego philosophy trends, in new leaders' messages in combination with the uniqueness of origin since the dawn of mankind (Ненов 2016). The novel contains descriptions of objects that the author first saw when he was in the High School for Boys. The writer used images of stone axes and hammers to describe the hunter named Ru as a cultural character, forefather of a tribe, who drew pictures in caves, domesticated a dog and got married. Ru's life was busy with various occupations that were different categories of human work. They indicate specialisation, a specific differentiation of occupations by type in accordance with gender, age and skills; in all that, relations between people fit to various hierarchies. That is exactly the reason why archaeological museums often show artefacts that are part of the *instruments of labour* connected to a specific occupation such as hunting, fishing, pottery or stone craft. A large part of the exhibited objects is, of course, focused on weapons that fit in the theme of hunting or stone and metalwork, but their presentation and perception is predominantly as part of the

ветстват съответните божества покровители (Клюизьоние 1993: 58-59).

Жорж Дюмезил формулира тезата за съществуване на трите прослойки и с оглед известните ни божества в Пантеона на боговете, при което, в зависимост от етническата принадлежност, имената са различни, но функциите им (Гръмвержец; Умиращо и Възкръсващо аграрно божество, Богиня-майка) остават същите. Тъкмо заради представата за наличие на Земерелци, Войни и Жреци в древността експозициите в музеите силно акцентират върху артефакти, обвързани с теми, които ги овеществяват и доказват. Независимо от факта, че теорията на Дюмезил отдавна не отговаря на съвременните научни изследвания, тя в достатъчна степен се съотнася с необходимостта от обикновен и запомнящ се начин да се представи подгребата на древния свят. Поради това сред репрезентациите на музеите откриваме чести тематични повторения, които назоваваме мотиви, а в археологията това са елементи от разказа, обвързан със земеделието, с управлението, войната и лова, както и с религиозните култове.

Разделението на труда е важно в човешката еволюция, а земеделието представлява онази форма на дейност, която гарантира не само оцеляването, но и развитието му. Този момент в историята настъпва с т. нар. Неолитна революция, когато във времето на Новокаменната епоха обработката на земята започва да се извършва с рало – както е и досега. Този важен за човечеството момент е подчертаван в експозициите на Русенския музей, тъй като представлява сигурна основа за начало на разказа, обвързан е с цивилизационен момент, с който могат да се припознаят широки групи от хора. Музейните репрезентации могат да бъдат обвързани с локални примери, но посланието надхвърля значимостта на мястото, като го вписва в универсалните ценности, постигнати в еволюционния процес, като по този начин се вписват в антропо-центрираната музеология. Във вариант на експозиция за праистория от 2007 г. („Ловци на Мамути и земеделци“) музеят в Русе поста-

human conflicts. Even at the dawn of the science of anthropology, one of the areas of interest was the ancient European societies where examples of relations between various professional categories, their occupations and their concepts of the divine world were searched for and found. Those examples are the fundament of the three classes of the French researcher Georges Dumézil that shows the main groups in the ancient (Indo-European) societies: land farmers, warriors and priests, and their corresponding patron deities (Клюизьоние 1993: 58-59).

Georges Dumézil formulated the theory of the three classes considering also the deities in the Pantheon that we know. Anyhow, the names were different for the different ethnicities, but their functions (Thunderer; Dying and Reborn agrarian deity, the Mother Goddess) were the same. It is certainly because of the assumed existence of Land Farmers, Warrior and Priests in ancient times, museum exhibitions strongly highlight artefacts connected to themes that materialise them and serve as evidences of their existence. Notwithstanding the fact that Dumézil's theory was found inconsistent with modern research a long time ago, it is sufficiently correlated to the need to have a common and easy to remember method of presenting the ancient world order. That is the reason why we find frequent thematic reiterations that we call 'patterns' in museum presentation, while in archaeology such patterns are elements of the story connected to land farming, ruling, war and hunting, as well as to religious cults.

Distribution of labour was important in the evolution of mankind; as for land farming, it was the activity that equally ensured its survival and its progress. That moment in history came with the so-called Neolithic Revolution, when, in the New Stone Age, they started using ploughs to till the land, and they are still used. That very important episode for mankind has been highlighted in the Rousse museum exhibitions because it is a solid point to mark the beginning of the story, and it is connected to a civilisational moment that wide groups of people can perceive as familiar. Museum representations can certainly be connected to local examples; nevertheless, the message goes beyond the significance of the place and puts it among

Вя акцент на съществуващите свои колекции – от вкаменелости на мамути и други хоботни бозайници, кости от пещерна мечка, както и експонати от Русенската селищна могила, като така създава разказ за мястото, обитавано от древни животински видове, от хора, които живеят в единство с природата. Присъствието на мамутски кости или зъби в археологическа експозиция е често срещана практика в музеите по Долен Дунав – Кълъраш, Олтеница, Гюргево, което говори за създаден общ вариант на музеев разказ в региона. В същото време музеите в южната част на Румъния винаги акцентират върху археологическите култури – Гумелница, Винча, Хаманджия, които представляват специфика в науката и се асоциират с първенство в проучванията<sup>4</sup>. Музеите у нас рядко ползват тази специфична номинация по археологически култури, което им дава възможност да преодолее част от границите пред посетителите, които съществуват в музеите заради обвързаността с различните науки, техните класификации и термини. При експозицията „Ловци на мамути и земеделци“ акцентът върху Неолитната революция е поставен специално, за да опише създаването на древното селище – Русенска селищна могила, като по този начин се обосновава неговото хилядолетно съществуване. Сливенският музей прави опит да завоюва терен в друга територия – тази на версиите за протописменост, създадена на Балканите, при което неразгадаеми знаци са поставени в открит диалог с аудиторите, които биха ги разпознали.

Мотивите, които откриваме в археологическите музеи са свързани и с важни антропологически категории, тъй като самата археология съдържа в себе си антропология. Ключов момент в експозиционните разкази на музеите у нас е обвързаността им с Националния наратив. Независимо дали говорят за локално събитие или история, конкретен персонаж или единична проява, презентационната линия на експозициите е сегмент от Голямата история (Великов 2020: 77),

<sup>4</sup> По името на първия проучен обект, белязал определен тип праисторическа култура.

the universal values attained in the evolution process, making it that way part of the anthropocentric museology. In the 2007 version of the Prehistory exhibition (Mammoth Hunters and Land Farmers), the museum in Rousse spotlighted its existing collections – mammoth fossils and other trunked mammals, cave bear bones as well as objects from the Rousse Tell, and that way it created a story about the place inhabited by ancient animal species and by people living in harmony with nature. Mammoth bones or teeth displayed in an archaeological exhibition is a frequent practice in the



Салонен бюфет в интериора на Къща „Калиопа“, Русе.  
© Н. Ненов.  
Salon buffet in the interior of „Kaliopa“ House, Rousse. © N. Nenov.

museums on the Lower Danube (Calarasi, Oltenita, Giurgiu), which shows a common museum narration version created in this region. On the other hand, the museums in South Romania always highlight the archaeological cultures: Gumelnita, Vinca and Hamangia, that are something special in science and are associated with a pioneering position in the research work<sup>4</sup>. The museums in Bulgaria rarely use that specific archaeological culture-based designation, and are that way able to help their audience go beyond the borders

<sup>4</sup> On the name of the first explored site of a certain Prehistory culture.

която в настоящия текст разтваря своите рамки не само за времето на националното съзряване на българите през XIX в., но и за тяхната визия за миналото като цяло. В своето изследване върху музеите на Възраждането Искрен Великов предлага модел за представяне на музейни експозиции, който се опира на установените и верифицирани проявления на споделени „мотиви“ в музейния разказ. Авторът разглежда повторението на едни и същи явления в съдържанието на експозиционните разкази, а честото регистриране на приличащи си образи, определени като „задължителни“ заради тяхната устойчивост и мултиплициране, води до обособяването на групи, разпознати като „мотиви“ – повтарящи се тематични елементи в експозициите, които имат пряко съответствие с мотиви от националния разказ (Великов 2020: 90). Те разкриват модела за музейна репрезентация по съответната тема, но повтарящите се сюжети не покриват в пълнота съдържанието на историческия разказ, а показват общите моменти, разпознавани от всички. Маркер и водещ момент в експозиционните разкази у нас да представлява връзката с националния наратив, пресечните точки между локалното и националното създават колизии, които грат очарованието и уникалността в конкретното музейното повествование. Когато определяме мотива за стожер, около който се закрепя повествование, а едновременно с това допускаме, че то може и да се поражда, ние визираще възможностите му да изгражда смислови послания към посетителя. Познат като съдържание, мотивът не е конструиран за нуждите на експозиционния разказ. Мотивите се употребяват за разпознаване на предметното съдържание, те подкрепят елемента на познатост у посетителя, с което го правят съпричастен към експонираните артефакти. Ето защо „Власт“, „Религиозен култ“ и „Занаяти“ са мотиви, които са сред основните за археологическите експозиции, но могат да бъдат проследени и извън тях. Формирането на мотиви в музейното повествование предпоставя начините за интерпретиране и популяризиране на формите на наследство за различни аудито-

existing in museums because of the references to various sciences, their classifications and terminology. The focus of the exhibition ‘Mammoth Hunters and Land Farmers’ is deliberately placed on the Neolithic Revolution, as it is used to describe the beginning of the ancient village – Rousse Tell, and explains its existence in the course of several millennia. The museum in Sliven makes an attempt to gain ground in another area: the hypotheses of a proto-writing created on the Balkan Peninsula. For that purpose, undecipherable signs are placed in an open dialogue with the audiences that would possibly be able to decode them.

Furthermore, the patterns that can be found in the archaeological museums are connected to major anthropological categories, because archaeology itself contains anthropology. A key moment of the museum exhibition narrations in Bulgaria is their connectedness to the National Narrative. Regardless of whether the theme is a local event or story, a specific person or a separate event, the exhibition presentation line is a segment of the Big History (Великов 2020: 77), which in this text opens its frame not only concerning the period of the rising national awareness of the Bulgarians in the 19<sup>th</sup> century, but also concerning their vision about the past in general. In his research on the Revival museums, Dr. Iskren Velikov suggests a model of museum exhibition presentation that steps on the established and verified manifestations of shared “patterns” in the museum story. The author explores the recurrence of identical events in the exhibition story content, while the frequent registration of very similar images defined as ‘obligatory’ on account of their sustainability and multiplication leads to the existence of groups identified as “patterns” – recurrent thematic elements in the exhibitions that directly correspond to patterns found in the national narrative (Великов 2020: 90). They reveal the museum representation model on a certain theme; the recurring stories, however, are not completely the same as the history narration contents – they show the common moments recognizable to everybody. Although the connection to the national narrative is a leading element in the exhibition stories in our country, the crossing points between the national and the local generate collisions that construct the fascinating and inimitable effect of every museum

риш, с което очертава основните нагласи в музейните политики към наследството.

**Етнографският музей на Сливен** се помещава в две къщи, където е разгърната експозицията „Сливенски бит“. Двете старинни постройките са домодерен тип, характерен за Стара планина. В едната е представена етнографска колекция, свързана със селото, а другата – с града. Сегашната експозиция е открита през 2009 г. и е наречена „Традиционна култура от Сливенско“. Тя е съобразена с потребностите на днешното време и показва съхраненото многообразие и специфика на регионалната традиционна култура. Основни ядра в нея са календарната обредност, обредността, съпътстваща трудово-поминъчната дейност и семейната обредност с акцент върху традиционната сватба<sup>5</sup>. Експозицията представя основните календарни обреди, като включва костюми, храна и обредни вещи.

Едната от етнографските къщи е на 200 години, строена от тревненски майстори, а другата – само на сто. В двора са експонирани каруца и различни селскостопански приспособления, свързани с работа на полето, с преработване на вино и пчелен мед. Къщата има отворена тераса – къшк, с резбован таван и миндери. Втората къща също има къшк, на който са експонирани виенски столове „Тонет“ и висока маса. По този начин визуално двете къщи (които външно не се отличават значително), както и експозициите в тях, са обозначени чрез различни модели на всекидневието, характерни за две различни епохи. Ниската и високата маса за дълго време и след Освобождението са белег на противопоставянето Домодерност – Модерност.

Първата от къщите има и любопитен детайл – показва се баня, което изненадва посетителите. Банята и обвързаната с нея хигиена представлява елемент на Модерността, при което наличието ѝ в тази домодерна („възрожденска“) къща по-скоро показва връзка с ритуална чистота, изисквана в исляма. Това от своя страна може

story. When we identify a certain pattern as the pillar around which a story is set, but at the same time we presume that the story can arise, we have in mind its capability to create meaningful messages for the visitor. Having a familiar content, a pattern is not explicitly created for the exhibition story needs. Patterns are used to make the material content familiar; they support the element of something familiar to the visitor, thus making him emotionally connected to the exhibited artefacts. That is why 'Power', 'Religious Cult' and 'Crafts' are some of the fundamental patterns used in archaeological exhibitions, but they can just as well be followed outside their frames. The creation of patterns in the museum narrative predetermines heritage interpretation and promotion approaches for different audiences and outlines the key museum policies concerning heritage.

**The Ethnographic Museum in Sliven** is in two houses in which the exhibition 'The Lifestyle of Sliven' is shown. The two buildings are of the pre-modern type that can be seen in the area of the Balkan Mountains. One of the houses accommodates an ethnographic collection connected to rural life; the other one shows elements of the urban lifestyle. The existing exhibition called 'Traditional Culture in Sliven Region' was opened in 2009. 'It reflects the needs of today and shows the traditional regional culture preserved in its variety and specific nature. Its cores are the calendar rituals, the work-related rituals and the family rituals the main focus of which is the traditional wedding'<sup>5</sup>. The exhibition shows costumes, food and ritual objects used in the most significant calendar rituals.

One of the ethnographic houses was built by master builders from Tryavna 200 years ago; the other one is only 100 years old. A cart and different farming tools used for land farming, wine making and honey harvesting are on display in the yard. The house has an open veranda with a carved wooden ceiling and storage benches. The other house also has a veranda, with Thonet Vienna chairs and a high table displayed there. That way the two houses (their exteriors are quite similar) and the exhibitions they accommodate are visually

<sup>5</sup> Цитат по сайта на музея в Сливен, <https://museum.sliven.net/obekti-slivenski-bit> (02.11.2021).

<sup>5</sup> Quotation from the website of the museum in Sliven, <https://museum.sliven.net/obekti-slivenski-bit> (02.11.2021).

да предположа предишен собственик, различен от познатите до момента. Едновременно с това къщата е преживяла еволюция и притежава модерния за средата на XIX век архитектурен елемент – „алафранга“, ниша, в която има изрисуван пейзаж от Босфора, с платноходи и двуглав орел.

В отделните стаи са подредени манекени с костюми и възстановки на възлови елементи от обредния годишен календарен цикъл. Всички надписи са двуезични – анотации и описания на обреди. Проследени са всички най-важни фолклорни празници – Коледуване, Маскарад, Лазаруване, Сватба, в които са включени основните обредни персонажи. Облеклото и обредните атрибути са детайлно и адекватно композирани, а присъствието на отделните празници е подчертавано и от обредните хлябове, които – за разлика от облеклото, са твърде различни едни от други, с което придават специфика на отделните празнични дни. Разглежданата специфика е позната днес на ограничен кръг от специалисти, тъй като етнографският свят на нашите предци днес е почти непознат. В експозицията е вмъкнат един елемент, който има за задача да подсили и да удостовери „автентичността“ на обредните послания – това са песни, обвързани с конкретния празничен ден. Те са представени пред публика като текстове. Текстове на песенния фолклор са основният материал, с който борявят специалистите фолклористи. Но посетителите на музеите рядко имат представа какво точно да „видят“ в съдържанието на тези песни-текстове и защо те са важни. Така търсеното послание не е постигнато, тъй като този елемент не допринася за успешна интерпретация на културното наследство, а издига познателна преграда пред аудиториите<sup>6</sup>.

Развита в последователност, следваща фолклорния календар, експозицията е изградена по методологията на Димитър Маринов, съобразена с ритуала, подчинена на обредни персонажи

<sup>6</sup> Подобно на всички анотации и песните са преведени на английски език. Като знаем, че една от фолклорните особености се състои в наличието на етноспецифика, то преводът безспорно ще обезсмисля тъкмо етноспецифичното в тях.

marked by the different lifestyle models typical for two different periods of time. The low table and the high table used to mark the Pre-modernity vs. Modernity opposition for a long time, even after the Liberation.

There is an intriguing detail in the first house: a bathroom is part of the exhibition, very much to visitors' surprise. The bathroom and the hygiene it is related to is a Modernity element; therefore, its existence in that pre-modern ("of the Revival Period") house seems to suggest ritual cleanliness as required by Islam. This, in turn, may imply a former owner, different from the ones known this far. At the same time, the house has been through an "evolution": it has an interior design element that was in fashion in the mid 19<sup>th</sup> century – the so-called 'alafranga' (*in the French fashion*) niche, with a landscape of the Bosphorus with sail boats and a two-headed eagle painted in it.

The exhibition rooms have on display mannequins in costumes, and reconstructions of the most important elements of the ritual calendar cycle in the year. All signs are bilingual, and contain annotations and ritual descriptions. All important folklore holidays are represented: Christmas carolling, Masquerade, St. Lazarus's day, and Wedding, with the key ritual personages included in the exhibition. The costumes and the ceremonial objects are adequately arranged with all their details. The difference between the holidays covered in the exhibition is highlighted by the ritual breads; unlike the costumes, there are large differences between the breads, as there were specific breads for the different holidays. The features mentioned above are known today to a small number of professionals because our ancestors' ethnographic world is barely known in our time. There is an element integrated in the exhibition with the idea of strengthening and verifying the ritual message "authenticity": songs performed on the particular holiday. They are presented to the audience as texts. The sung folklore texts are the main source used by folklore experts. Museum visitors, though, rarely know what exactly they can "see" in the content of these lyrics of songs, and what their significance is. Therefore, the message of that element does not reach the audience because, instead of adding to the successful cultural heritage interpretation,

и обредни атрибути и с присъствие на обредни текстове. В тази експозиция няма позовавания на всекидневното време – вероятно поради личните ограничени пространства на къщата, която е събрала най-значимите обреди на българите от XIX в.

Втората къща разгръща пред нас градски начин на живот, пресъздаден чрез мебели, обзавеждане и костюми. Твърде често еkleктиката нагледява в експозицията, което не означава, че тя е водеща при изграждане на градските пространства в Сливен, но вероятно е продукт на музейна реконструкция, съобразена и с наличното в музейните фондове. Поради това може да отбележим прически „бубикоф“ в експозиция от края на XIX век, разнообразие от посуда и друг вид обзавеждане, които не биха могли да имат синхронно присъствие, но са изложени с безспорните си визуални „градски“ качества.

Основните **мотиви** в домодерната етнографска експозиция се подчиняват на противоположностите мъжко – женско, обредно – необредно, природа – култура, които са характерни за този тип повествователни структури, породени от изследователските търсения на уникалното, на различията, а не на общото между места и култури. Чрез тях се изграждат йерархии и се съставят сюжети за обреди на преход. Тези теми са познати отдавна в сферата на културната антропология, поради което могат да се разгърнат в този контекст, при което експозициите да придобият по-универсално звучене, улесняващо възприемането им от по-широки аудитории. Естествено духът на мястото и етноспецифичното са важни елементи във всеки един етнографски музей. Тяхното присъствие е задължително, поради което наличието им ще бъде очаквано, а включването им в експозиционните послания – предизвикателство пред специалистите.

**Костюм** е мотив, който задава визия към локалното, но и към специфика, която се обвързва с различни етноси и религии. Приема се, че местната селска носия не е променяща се, но всъщност във фотосите през последните 140 години виждаме промени, настъпили в резултат от

it raises a wall before the audiences<sup>6</sup>.

The exhibition sequence arranged on the basis of Dimitar Marinov's method sticks to the folklore calendar; it is in compliance with the ritual, follows ritual personages and objects, and shows ritual texts. This exhibition does not show any details of day-to-day routine, probably because of the limited spaces inside the house in which one can see the most important 19<sup>th</sup> century Bulgarian rituals.

The other house unfolds to the visitors the urban lifestyle reconstructed by furniture, utensils, cutlery, tableware and costumes. The exhibition style is eclectic at some moments, which does not mean that the eclectic approach was guiding the process of developing the urban spaces of Sliven; it is most probably a



Музикален салон в интериора на Къща „Калиопа“, Русе.  
© Н. Ненов.  
Music hall in the interior of „Kaliopa“ House, Rousse. © N. Nenov.

product of a museum reconstruction in correspondence with what is available in the museum depository. That can be the explanation of the bob hairstyles in the late 19<sup>th</sup> century exhibition, and also of the large diversity of tableware, utensils and other objects that

<sup>6</sup> Like all annotations, the lyrics are also translated into English. Considering that one of the folklore characteristics is ethno-specificity, the translation will annul the ethno-specific features the songs contain.

урбанизацията, които за нас са протичали бавно във времето, но не и за съвременниците им<sup>7</sup>. Основно се представят женски костюми, тъй като те носят спецификата на всяка етнографска група, която разкрива „местното“ чрез форми и стилистика, названия и декорация, очертаващи територия.

**Обрег** е мотив, който лесно се разпознава от мнозина и намира разнообразни прочити в различни културни системи. Това дава възможност локални изяви на обредите да бъдат съпоставяни с познатите у посетителите модели, при което формите на празничност да бъдат остойнотени. Мотивът Обрег включва множество конкретни теми, обвързани както с миналото, така и с настоящето, които независимо от актуалността на събитията се разпознават в културната памет като значим елемент от живота на конкретни местни общности.

**Дом** е мотив, който има важно място в представянето на средата, в която етносът се изяснява всекидневно. Домът се обяснява като проекция на света на старите българи, в които ключово място имат граничните елементи – врата, покрив, комин. Негова средина представлява огнището, което събира семейството. На това място се случват празненствата и обредите, всекидневното разказване, форми на обучение в култура и общуването между всички членове. Мотивът не съдържа архитектурни елементи, не акцентира върху постройката на къщата, поради което често се представя от реконструкция, позната с названието „битов кът“, който включва ниска маса, трикраки столчета и огнище. Тази композиция изгражда популярен образ и присъства и в музеи, обвързани с героичното време, където придобива етнопатриотичен заряд.

**Храната** е елемент от нашето съществуване, който в настоящето заема все по-значимо пространство. Част от всекидневието ни, обвързана с начин на живот, сезони и околна среда,

<sup>7</sup> Не е случайна появата на статията на Иван Шишманов „Значението и задачата на нашата етнография“ в т. 1 на СБНУ, където той искрено се опасява от разпада на традиционната фолклорна култура в резултат на европейските градски въздействия.

were not used all at the same time; nevertheless, they are exhibited because of their unquestionable visual “urban” features.

The key **patterns** in the pre-Modern ethnographic exhibition are based on the oppositions of male / female, ritual / non-ritual, nature / culture. Such oppositions are common for this narrative structure type; they are the outcome of researchers' interest in uniqueness and differences rather than in what is common between places and cultures. They serve to build hierarchies and compose transition ritual narrations. These themes have been known for a long time in the cultural anthropology domain, so they can easily be arranged in that context to make the exhibitions more universal and easier to perceive by broader audiences. There is no doubt that the character of the place and the specific ethnic characteristics are essential elements in any ethnographic museum. Their presence is indispensable; therefore, they will be expected to be seen, while their integration in the exhibition messages will be a challenge for the professionals.

**Costume** is a pattern setting the vision of the local but also of specific elements corresponding to different ethnicities and religions. It is believed that the local traditional village costume was not changing; however, the photographs from the latest 140 years reveal the changes caused by urbanisation; for us, they may have been slow, but they were not slow for the people living when those changes were happening<sup>7</sup>. Women's costumes dominate because they carry the special features of every ethnographic group and reveal the “local” by shapes, styles, names and decorations that outline their territory.

**Ritual** is a pattern easily recognised by many; it finds numerous interpretations in various cultural systems. It enables the comparison between the local ritual manifestations and the models familiar to the visitors, and that way the holiday forms can be valorised. The Ritual pattern includes many specific themes related to the past and to the present day; despite the topicality of events, they are regarded in the cultural

<sup>7</sup> It is not by accident that Ivan Shishmanov published an article on the significance and the tasks of the Bulgarian ethnography in volume 1 of the Collection of Oral Folklore Literature, in which he expressed his sincere concern that the traditional folklore culture might collapse under the pressure of the European urban influence.

храната става още по-важна в момент на преход, белязан от обред. Поради това, макар и част от Обреда, отделяме Храна в различен мотив, тъй като наличието ѝ има репрезентативни и приобщаващи функции, но едновременно с това е знак за божествено присъствие, тъй като е част от жертвоприношение. Част от обредните храни – например хлябът, притежават названия и знаци, които съдържат митологични мотиви, отнесени към астрални вярвания. Храна и хранене са важни категории и в Модерността, както и днес. Храната определя поведение, контакти, начини на общуване, културни и социални йерархии, с което превръща темата в универсален код.

**Маскарагът** е феномен на културата, който се е утвърдил като универсален символ за изява на *homo ludens*, при което смяната на роли, изживяването по време на празника, прехода между различни природни или социални цикли, представляват едно цяло, което носи удовлетворение на участниците вече хилядолетия. И в този случай отделям маскарада от мотива Обред, тъй като в съвременното ни обредните функции на това „действие“ отдавна са загубени.

**Етнографски музей в Русе.** Появата на музей в Русе през 1876 г. с антропологическа експозиция, последвани от създаването на Технически музей и оръжейна колекция през 80-те г. на XIX в. (послужили за основа на Политехническият музей в София и Националния военноисторически музей), представляват важни елементи в процеса на формиране на отношение към културното наследство, тъй като възпитават знание към миналото и представа за ценности, обвързващи колекция и местна общност. Утвърждаването на националната идея у нас чрез развитието на институциите, чрез които тя се представя (и в частност музея), за дълго концентрира усилията за събиране на старини в Народния музей в София. Поради това множество от нашите градски музеи се създават в началото на XX в., а в тях преимуществено се представят археологически артефакти, които най-убедително се представят като ценност, тъй като се опират на при-



Експозиционно пано с български революционери, Музей на транспорта, Русе. © Н. Ненов.  
Exhibition panel with Bulgarian revolutionaries, National Transport Museum, Rousse. © N. Nenov.

memory as a major element of the life of specific local communities.

**Home** is a fundamental pattern in presenting the setting in which the ethnicity functions on day-to-day basis. The home is interpreted as a projection of the world of the Bulgarians in old times; a key place in it is occupied by the border outlining elements: doors, roofs, chimneys. Its heart is the fireplace that brings the family together. That is the place of holidays and rituals, of daily stories, of methods of education in culture and communication between all members. This pattern does not include architectural elements. There is no focus on the house construction; therefore, it is often presented by a reconstruction usually described

мера на съществуващите вече музеи в западната част на Европа. През XIX в. Все още представлява рядкост съществуването на етнографски сбирки в европейските национални държави, тъй като доминиращият тренд е свързан с осветляването на колониалния свят. Все пак, чрез утвърждаването на световните изложения, множество държави формират начини на себепредставяне, а също и колекции, с които съставят нови музеи. Примерите са много, а сред най-известните са Виктория и Албърт в Лондон, приютил част от експонатите от Кристал палас на Голямото изложение от 1851 г., което е първото в света, както и Фийлд Мюзийм в Чикаго, където се пазят елементи от колекциите на Колумбовото изложение от 1893 г., познато ни от описанията на Алеко Константинов. По този модел се създава и основата на бъдещия етнографски музей у нас, съхранил колекция от костюми и вещи, участвали в Първото българско изложение в Пловдив от 1892 г. Тук Русенският павилион е един от самостоятелните в експото, където на втория етаж се разгръща етнографска колекция, събрана от Димитър Маринов. По това време именитият ни етнограф е директор на Мъжката гимназия в Русе. Специално за изложението той създава първия български етнографски албум, чиито фотоси са експонирани в павилиона. Уникалните кадри са заснети на терен *in situ* и представят голяма част от зимните календарни обеди, както и сватба в Русенско.

По повод на това впечатляващо участие на Русе в изложението във времето възникват спекулации за планиран етнографски музей в града, основаващи се на спомените на Никола Обретенов (Бърчева, Стоянова 2004: 6, Негков 2004: 89). Големият авторитет на Н. Обретенов – син на легендарната Баба Тонка, Ботев четник и един от малцината поборници, оживели до края на 30-те г. на XX в., е причина за дълго твърденията му, че е искал да отвори етнографски музей в Русе, да се преповтарят безкритично. Неговите спомени са писани късно във времето (30-те г. на XX в.), а са публикувани през 1942 г. (Обретенов 1942). През 90-те години на XIX в. Никола Обретенов е

as 'traditional interior design' that includes a low table, three-legged stools and a fireplace. That composition builds a popular image; it can be seen in museums related to the heroic time where it acquires an ethno-patriotic connotation.

**Food** is an element ensuring our existence; currently, the space it occupies keeps growing. Being part of our day-to-day life, closely related to the lifestyle, the seasons and the environment, the significance of food grows even larger at a moment of transition marked by a ritual. Therefore, although part of the Ritual, Food is a separate pattern as its presence has representation and inclusion functions, yet at the same time it is a token of a divine presence because it is part of a sacrifice. Some types of ritual food, such as bread, for example, have names and symbols that contain mythological motifs connected to astral beliefs. Food and eating were important categories in Modernity, and they still are important. Food determines behaviour, contacts, communication manners, cultural and social hierarchies, thereby transforming the theme into a universal code.

**Masquerade** is a culture phenomenon that has become an established manifestation symbol of 'homo ludens', at which the change of roles, the experience during the holiday, the transition between different natural or social cycles constitute a completeness that has been giving satisfaction to the participants in it for thousands of years. In this case, I will separate masquerade from the Ritual pattern because our time has long ago lost the ritual function of that 'childhood'.

**Ethnographic museum in Rouse.** The creation of a museum with an anthropological exhibition in Rouse in 1876, followed by the Technical Museum and a collection of weapons in the 1880s (that served as the basis of the Polytechnic Museum in Sofia and the National Museum of Military History) were fundamental elements of the process of building cultural heritage awareness because they raised the interest in knowledge of the past and helped people make sense of the values that build a link between a collection and a local community. The strengthening of the national idea in the country through developing the institutions presenting it (and the museum in particular) resulted in long-term efforts focused on collecting heritage items



Експозиционно пано с комунистическия лидер Георги Димитров, Музей на транспорта, Русе. © Н. Ненов.  
Exhibition panel with the communist leader Georgi Dimitrov, National Transport Museum, Rousse. © N. Nenov.

бил областен управител в Русе и в действителност е съдействал на Димитър Маринов да извърши необходимите проучвания на терен, да заснеме обреди и костюми специално за Изложението в Пловдив, но никога не е имал отношение към създаване на музей, което прави доста странни късните във времето претенции. Всъщност, човекът, който мисли за старините, а по-късно създава и етнографски музей у нас, е Димитър Маринов. Но той от своя страна също не е показвал намерения за създаване на такъв музей в Русе, тъй като по това време не съществуват подобни примери в Европа. Етнографските музеи имат за цел да представят нацията на едно място, под един покрив – чрез разкриване на множеството локални проявления на традиционната култура и нейния свят, обвързан с костюми, обреди и всекидневни вещи, описвани по това време от Димитър Маринов като „жива старина“.

Етнографски отдел в Русе се открива през 1954 г., когато започват да се събират първите елементи на днешната колекция, която има динамично развитие и към момента надхвърля 9000 артефакта. Голяма част от тях представят елементи от градския всекидневен и празничен живот, утвърден за местна ценност и своеоб-

for the National Museum in Sofia. That led to organising museums in many towns in the country in the early 20<sup>th</sup> century. They exhibited predominantly archaeological artefacts; they have the capacity to be most convincingly presented as assets, because of the example of the already existing museums in the western areas of Europe. In the 19<sup>th</sup> century, ethnographic collections in the European nation states were rare because the dominating trend was the elucidation of the colonial world. The growing significance of world trade shows, however, resulted in efforts made by many countries to create their own way of self-presentation, as well as collections that served for new museums. There are numerous examples, some of the best popular being The Victoria and Albert Museum in London housing some of the objects of Great Exhibition in Crystal Palace in 1851, which was the first one in the world, and The Field Museum in Chicago, where they keep elements of the Columbian Exhibition in 1893, which the Bulgarians know from Aleko Konstantinov's books. That was the model used to build the foundations of the then future ethnographic museum in Bulgaria where a collection of costumes and objects from the First Bulgarian Exhibition in Plovdiv in 1892 are kept. At that exhibition, Rousse had one of the separate pavilions, on the upper floor of which they exhibited an ethnographic collection assembled by Dimitar Marinov. At that time, our eminent ethnographer was Director of the High School for Boys in Rousse. On occasion of the exhibition, he created the first Bulgarian ethnographic album the photographs of which were on display in the pavilion. The unique pictures were taken *in situ*; they show many of the winter calendar rituals, and a wedding in Rousse region.

The impressive performance Rousse had at that exhibition gave rise to speculations about plans to make an ethnographic museum in the city, based mainly on Nikola Obretenov's memoirs (Бърчева, Стоянова 2004: 6, Hegkov 2004: 89). As N. Obretenov, son of the legendary Baba Tonka, member of Botev's fighting group and one of the few fighters against the Ottoman rule, who lived until the 1930, was highly respected, his assertions that he wanted to open an ethnographic museum in Rousse were reiterated without any disbelief. His memoirs were written later (in the 1930s),

разна специфика. Още от средата на ХХ в. архитектурата на Русе започва да се цени, при което във времето тя се остойносттава ценностно и днес се приема от русенските граждани като част от местното културно наследство<sup>8</sup>. През 1987 г. за пръв път в Русе се открива етнографски музей, посветен на културата на града, което поражда въпроса как в един социалистически град се отваря „буржоазен“ музей. Но независимо от това до този момент в Русе няма експозиция, посветена на домодерната традиционна култура на региона.

Културните политики на града задълго включват етнографския музей – Къщата на Калиона в представителното престижно минало на Русе, обвързано с първенстващата му роля в процеса на модернизация на българското общество през ХХ в. Своеобразна врата към Европа, градът е място за изява на множество премиери, свързани с елементите на Модерността и категорията Свободно време. Тези характеристики очертават и до днес основните дейности на етнографите в музея. В последните години Къщата на Калиона в Русе представя на аудио и видео истории на поколения хора, които са я обитавали, а тя самата всекидневно визуализира един от основните градски митове – този на „Европейския Русе“. Съществуването на Къщата на Калиона е обусловено от утвърдените местни представи за ценност на градския начин на живот.

Едновременно с това тече процес на преформатиране на основните послания, които образът на Калиона съдържа и излъчва. Калиона и Баба Тонка са два от важните женски персонажи на местната история, които изграждат част от

<sup>8</sup> В последните десетилетия Русенският музей създаде множество публикации по темата за местната архитектура – едни от тях описват архитектурните стилове, други включват и информация за обитателите. През 2021 г. бе защитена и дисертацията на Венцислав Игнатов, мой докторант, която разглежда архитектурата на града като отражение от неговото историческо развитие. Всички тези усилия породиха множество инициативи на нестопански организации за представяне на архитектурното богатство на града чрез виртуални турове, информация с QR кодове и 3D заснемане на отделни сгради, което показва употребата на градската архитектура в усилията за местно развитие.

and were published in 1942 (Обременов 1942). In the 1890s, Nikola Obretenov was Regional Governor of Rousse and he indeed helped Dimitar Marinov to perform the necessary field research and to take photographs of rituals and costumes for the purposes of the Exhibition in Plovdiv, but he never had anything to do with setting up a museum, which made his claims later in time rather puzzling. As a matter of fact, the person who cherished heritage and later created an ethnographic museum in Bulgaria, was Dimitar Marinov. Nevertheless, he had not shown any intentions related to such a museum in Rousse because at that time there were no examples of that kind anywhere in Europe. The purpose of ethnographic museums is to present the nation at one place, under one roof, by revealing numerous local manifestations of the traditional culture and its world related to costumes and ritual common objects described at that time by Dimitar Marinov as ‘living heritage’.

Rousse had an ethnography department opened in 1954; that was the start of collecting the first objects of today’s collection; it has had a very dynamic development since then, and today it holds over 9000 artefacts. Many of them are objects that were part of the urban daily life and holidays; the local lifestyle is regarded as local heritage featuring specific characteristics. The appreciation of Rousse’s architectural style started even the mid 20<sup>th</sup> century; its valorisation keeps on, and today the residents of Rousse see it as part of the local cultural heritage<sup>8</sup>. In 1987, Rousse was the first town to open an ethnographic museum focused on its urban culture, and that fact was the reason for the question of how could a socialist town have a ‘bourgeois’ museum. Anyhow, at that time there was no exhibition in Rousse showing the pre-modern traditional culture in the region.

The city cultural policies for a long time have includ-

<sup>8</sup> In the latest decades, the Rousse Museum made numerous publications on the local architecture; some of them describe the styles, while others include information about the inhabitants. In 2021, Ventsislav Ignatov, one of my doctoral students, defended his thesis about the architecture of Rousse as a mirror of its historical development. All those efforts triggered numerous NGO initiatives presenting the local architectural heritage in virtual tours, information through QR codes or 3D photos of some of the buildings, which indicates the urban architecture use in the local development efforts.

престижното минало на Русе. Те съжителстват в своеобразно противопоставяне, тъй като за времето на XIX в. значимо за нацията е героичното поведение, докато образът на Калиопна се вписва единствено във всекидневни форми на градски живот. Образите на русенките са репрезентативни за един и същи период от време. Те влизат във взаимодействие с Мидхат паша, част са от темата за Модерността и Русчук, като изграждат неговите две лица – на „героическия“ и „Вакхическия“ град. Поради тази причина Баба Тонка присъства в националния разказ, в който тя и Мидхат паша образуват необходимото противоборство, докато Калиопна остава само част от локалния мит.

В началото на 2019 г. се появява песен и видеоклип „Калиопна“ на народната певица Илка Александрова, заснет в Музея на градското всекидневие в Русе. В текста на песента за красивата Калиопна се казва: „По-прекрасна от богиня си Калиш – Катерино, в Русчука кой те види, всеки ще завиди...“, а самата лирическа героиня се обръща към своя неназован поименно любим с думите: „Вместо дар любовен - искам град Русчук свободен, милост и пощада - към народа ми поробен“. Прави впечатление, че авторът на този текст е проучвал темата и знае, че къщата на Калиопна е била консулство на Прусия, а собствеността е на Катерина Калиш, съпругата на пруския консул. За достоверност на повествованието са употребявани и синхронните на времето названия на града „Русчук“, както и „Туна вилаета“. По-важна в този контекст обаче е позицията на Калиопна, която заявява своите патриотични чувства, като дори се отказва от къщата подарък – „дар любовен“ – в полза на свободния град и желае пощада към „народа поробен“. Чрез този призив образът на Калиопна се нарежда до другите познати образи от героичното време, променя своето всекидневно амплуа и се вписва в националния дискурс, за да намери по-широк кръг от ценители.

Тази интерпретация на темата прави образите до голяма степен стереотипни, но съдейства на възможността да се погледне и на



Рисунки за живота на Добри Желязков, Музей на текстила, Сливен. © Н. Ненов.  
Drawings about the life of Dobri Zhelyazkov, Textile Museum, Sliven. © N. Nenov.

ed the ethnographic museum, aka Calliope's House, in the story of Rousse's representative prestigious past related to the pioneering role it played in the process of modernising the Bulgarian society in the 19<sup>th</sup> century.

Functioning as a gate to Europe, the city was the venue of numerous pioneering initiatives related to the elements of Modernity and the Free Time category. These aspects still outline the main activities performed by the museum ethnographers. In the recent years, Calliope's House has been presenting audio and video stories of people of several generations, who used to inhabit it; on the other hand, the house itself is a visualisation of one of the key urban myths here: the myth of the 'European Rousse'. The existence of Calliope's House was predetermined by the established local concepts of the urban lifestyle values.

Along with that, there is now a process of re-formatting the leading messages contained in and expressed by Calliope's character. Calliope and Baba Tonka are two of the significant female local history personages building part of Rousse's esteemed past. They coexisted in a kind of an opposition because heroic behaviour was appreciated by the nation in the 19<sup>th</sup> century, while Calliope's character would fit only in the ways of daily urban life. The characters of those two women in Rousse are representative for the same

зградските етнографски музеи през призмата на националния разказ. Основните **мотиви** в зградска етнографска експозиция се подчиняват на спецификите на Модерността, където проявленията на индустриалната епоха намират своите изяви.

**Свободно време** е мотив, който се свързва с урбанистичните ценности, представя нови домашни занимания и форми на общуване, свързва се с удоволствия и развлечения във от дома, породени от променените модели на живот и работа, различно отношение към здравето, хигиената и телодвижението (спорта).

Мотивът **Пътуване** изглежда е част от свободното време, но може да бъде отделен, поради спецификата на индустриалната епоха, която улеснява движението на хора, стоки и информация. Пътуването се установява като привлекателно за част от обществото, но постепенно се превръща в достижение за мнозина, за да се оформи и разбирането за туризъм. Пътуването е свързано не само с развлечение, а и с работа и миграция, поради което променя наследените начини на живот.

Мотивът **Храна** в Модерността е обвързан с формите на общуване и начините за споделяне на храна вътре и извън дома, при което търсенето на допълнителни качества на храната – локалност, националност или чистота, изгражда връзки не толкова с миналото, колкото с настоящето.

С помощта на тези мотиви за прочит на музейни експозиции е възможно да се проследят основните разкази не само на конкретните експозиции, върху които сме поставили фокус, но и на други, които имат сходна тематика.

### **Национален музей на транспорта в Русе.**

Образите и посланията от Националния музей на транспорта в Русе се обвързват с емблемите на Модерността – свободното време, индустриалната революция, революционните идеи, поради което музея на транспорта може да бъде прочетен като етнографски музей, а експозицията му да бъде преформатирана чрез антропологическите категории.

period of time. They interacted with Midhat Pasha and were part of the theme of Modernity and Roustchouk, each of them constructing one of its two faces: the “heroic” city and the “bacchantic” city. Therefore, Baba Tonka is part of the national narrative; she and Midhat Pasha constitute the necessary opposition, while Calliope was just an element of the local myth.

In the first months of 2019, a song and a video of the folk singer Ilka Aleksandrova were produced in the Urban Lifestyle Museum in Rousse. The lyrics of the song about the beautiful Calliope say: ‘You surpass a goddess’s beauty, Kalish-Katerino; whoever sees you in Roustchouk will feel jealousy...’. But the poetic character addresses her unnamed lover with the words: ‘Instead of a love gift, I want to see Roustchouk free, and I want pity and mercy for my enslaved compatriots.’ It is worth mentioning that the lyrics writer had explored the story and knows that Calliope’s house was once the Prussian consular office, and the Prussian consul’s wife Katerina Kalisch was its owner. To make the song story more trustworthy, the text author used the then-used names of the city - Roustchouk, and the province - Danube Province. In this context, however, what matters more is Calliope’s position: she declares her patriotic feelings, and even denies the house as a gift – ‘a love gift; instead, she and wants the city free, and asks for mercy for the ‘enslaved compatriots’. That appeal places Calliope’s personage side by side with other familiar personages of the heroic time; her image of a trivial person is changed, and she fits in the national discourse in order to find a wider range of admirers.

This interpretation of the theme makes the characters largely stereotyped; on the other hand, it helps the urban ethnographic museums to be viewed from the perspective of the national narrative. The main **patterns** in an urban ethnographic exhibition follow the Modernity characteristics as that is the domain where the industrial era features can find their manifestation.

**Free time** is a pattern related to urban values. It opens possibilities for new activities and communication ways at home; furthermore, it is related to pleasure and entertainments away from home, enabled by the transformed styles of life and work, and brings a new awareness of health, hygiene and body motion (sport).

The **Journey** pattern seems to fit in the free time, but it can also be separate because of the industrial era nature that allowed the movement of people, mer-

Дунавският бряг през XIX в. е силно урбанизиран с елементи на индустриални съоръжения – кранове, локомотиви, железопътна линия. Кейова-та стена е съществена част от индустриалния пейзаж, а стърчащите кнехтове за въжетата на пристаналите кораби са гетайли от местната визуална памет вече столетия. Поради това позиционирането на музея в сградата на първата ж.п. гара се вписва в темата за конструирането на културния пейзаж. Градският парк (паркът на Младежта) и Гарата са част от местата на памет в Русе, чието начало се свързва с XIX в. От пространство за елита паркът постепенно се превръща в място за развлечение на всички русенци. Тази периферна част на града е влязла в романа на Иван Вазов „Нова земя“, чието действие започва в Русе. Чрез всекидневните практики на Модерността, разпознавани като европейски начин на живот – балове, танци, пиене на бира, Вазов вписва железопътната станция (и ресторанта към нея) като ключов елемент в разказването за града и за времето.

Експозицията<sup>9</sup> се състои от две части – транспорт и съобщения, които са разположени по протежение на залите хронологично, една след друга. Входът на експозицията е през чакалнята на гарата. Експонирането започва с темата за изобретяването на железницата и развитието ѝ в Европа. Специално място е отделено на българите – революционери, работили в системата на железниците в Османската империя. В следващи зали се проследяват борбите на синдикатите от транспорта и съобщенията, водени от комунистическия лидер Георги Димитров, а по-късно – достиженията на „народната власт“ във времето на социализма. Важен елемент в експозицията е „Мостът на дружбата“ в Русе, който не само се вписва в темата за транспорта – железопътен, шосеен и речен, но представлява символ на прогреса и връзката между социалистическите страни, представяна в стилистиката на комунистическата пропаганда като „дружба“. Експозицията продължава с темата за водния път по Дунав, поради което се появяват изображения на

chandise and information. Journeys became a privilege for some social groups, but it gradually turned into an attainment affordable to many, thus shaping the concept of tourism. Along with entertainments, journeys were also related to work and migration, which led to changes in the inherited lifestyles.

The **Food** pattern in Modernity is related to communication ways as well as to the ways to share food at home and away from home; in this aspect, there are some additionally required food characteristics such as local origin, country of origin or purity that create connections with the present much more than with the past.

Those museum exhibition interpretation patterns are useful because they make it easier to follow the main story lines not only of the particular exhibitions we are focusing on, but also of other exhibitions of similar themes.

**National Transport Museum in Rousse.** The images and messages of the National Transport Museum in Rousse are connected to Modernity emblems: free time, the industrial revolution, and the revolutionary ideas. The Transport museum can therefore be interpreted as an ethnographic museum, while its exhibition can be re-formatted by using anthropological categories.

The 19<sup>th</sup> century Danube River bank was strongly urbanised by industrial equipment: cranes, locomotives, railway lines. The quay wall is an essential industrial landscape element; the mooring bollards for the ropes of docking ships have been details of the local visual memory for centuries. That makes the exhibition positioning in the building of the first railway station in the country suitable for the cultural landscape construction theme. The City Park (the Youth Park) and the Railway Station are some of the memory sites in Rousse the beginning of which is related to the 19<sup>th</sup> century. From a space for the city elite, the park gradually grew into a place that the local people visit for entertainment. This side segment of the city is described in Ivan Vazov's novel *Nova Zemya* (New Land), as its story starts in Rousse. By the daily practices of Modernity perceived as the European lifestyle: parties, dancing and drinking beer, Vazov integrated the railway station (and its restaurant) as a key element in the story about the city and the time.

<sup>9</sup> По темата за Музея на транспорта, вж. Ненов 2019.

знакови артефакти от Античността, обвързани с Римския лимес, познати елементи от Историческия музей в Русе. По този начин музеят обвързва миналото с настоящето и надгражда знанието за реката.

Музейният разказ се съсредоточава в „логиката“ на официалния национален наратив, в който промените през XIX в. в Османската империя се случват въпреки нейното нежелание и са резултат на външен геополитически фактор. Експозицията представя малък брой несъществени оригинали и множество макети на локомотиви и вагони. Поради това музеят не успява да постигне необходимото ниво на автентичност на средата. Самият избор на макети изглежда случаен и не показва представеното убедително, тъй като фокусът на този музей не е върху техниката и транспорта, а се съсредоточава върху формите на изява на героичното време, вписано и в идеологията на комунистическия режим.

Съществуващият в Русе Музей на транспорта и съобщенията в този му вид не се обвързва с културната памет – музеят не ни напомня за нищо, което да е част от нас. А тъкмо тази основна функция – да съдържа паметта на днешните поколения, може да залегне в бъдещите визии за развитие на музея, който по същество представлява форма на технически музей и може да намери онези общности, които да го разпознават като значим за собствената им идентичност, тъй като чрез него формират представите си за наследство.

#### **Музей на текстилната индустрия в Сливен.**

Музеят на текстила е разположен срещу историческата сграда за манифактурно производство на прочутия Добри Желязков Фабрикаджията, която сега е част от Регионалния исторически музей. Музеят на текстилната индустрия е част от Националния политехнически музей в София и представя историческото развитие на многообразието от текстилни изделия по нашите земи, обвързани с отглеждането на растения и животни, от които се добиват материали за тъкани. Проследява се домашното тъкачество, за

The exhibition<sup>9</sup> is in two sections: transport and communications. They are arranged in the museum rooms in the chronological order, one after the other. The exhibition entrance is from the train station waiting room. The first theme with which the exhibition starts is the railroad invention and its progress in Europe. There is a special place for the Bulgarian revolutionaries, who were employed in the Ottoman Empire railroad system. The next rooms show the struggle of the transport and communication unions headed by the communist leader Georgi Dimitrov; then the focus falls on the achievements of the “government of the people” in the socialist period. An essential exhibition element is the Bridge of Friendship in Rousse. It not only naturally fits in the transport theme and its segments: railroad, motor road and river transport, but is also a symbol of progress and of the relations between the socialist countries described in the communist propaganda manner as “friendship”. The exhibition continues with the theme of the waterway on the Danube, and this is the place where visitors can see images of emblematic Antiquity artefacts linked to the Roman Limes; they are familiar objects in the Museum of History in Rousse. That way, the museum builds a link between the past and today and widens the knowledge about the river.

The museum narrative sticks to the logic of the official national narrative in which the 19<sup>th</sup> century transformations in the Ottoman Empire happened despite its reluctance owing to an external geo-political factor. The exhibition displays a small number of inessential original objects and many scale models of locomotives and carriages. That is the reason for the museum to fail in reaching the required environment authenticity level. The choice of models seems to be arbitrary, which makes the exhibition unconvincing because its focus is much more on the heroic time manifestation ways that can also be seen in the communist regime ideology rather than in transport and technical equipment.

The Transport and Communications Museum existing in Rousse the way it is now cannot be connected to the cultural memory; it does not remind us of anything that is part of us. It is exactly the key function of keeping the memory of today’s generations that can be the foundation of the future museum development

<sup>9</sup> *About the Transport Museum see Ненов 2019.*

да се достигне в по-ново време до разнообразни механизми и станове – вносни и собствено производство. Част от уредите са работещи, в което се изразява интерактивността в музея.

Експозицията включва археологически предмети (тежести за вертикален стан) и етнографски (хурки за памук, чекръци), подчинени на основния разказ, обвързан с темата за създаването на текстил. Липсва разказ за неговите употреби. Всички предмети, които имат отношение към създаването на текстила, дори и домодерните, които са част от домашните занимания, са придружени от технически данни. Те включват категории като „разход на влакно“, „честота на обороти на пресукване“, „производителност“. По този начин се технологизира домашното занимание, което се влита в „съревнованието“ с машините. Резултатът очертава възходящата линия на развитие, белязана от мита за прогреса.

Стожер на повествованието е Първата текстилна фабрика в Сливен от 1834 г. и фигурата на Добри Желязков. Неговият житейски път е проследен в запомнящ се визуален разказ, решен в наивистичен стил, който представлява форма на интерпретация на темата<sup>10</sup>. Серията от рисунки завършват с построената Фабрика, пред която е застанал Добри Желязков, заедно с една камила. Сюжетът с камилата е познат от акварела на Феликс Каниц, което го превръща в част от разпознаваемите образи на наследството и съставя елемент от местния културен пейзаж.

И двата музея притежават теми на репрезентации, които са с национални измерения, но на практика трудно ги реализират. Музеят в Русе все още съдържа в себе си пропагандни послания от времето на социализма, докато този в Сливен трудно излиза от локалните рамки. Безспорно фабриката на Добри Желязков е важна, за да отбележи Началото, но развитието на този дял от индустрията е представен само чрез усъвършенстването на машините и без връзка с други производствени центрове у нас в този бранш, каквито са Габрово и Пловдив. Музеят разкри-

<sup>10</sup> Музеят на транспорта в Русе също е разположил във фойето поредица от рисунки, обединени от общ разказ.



Тъкачен стан „Мария Луиза“ от 1893 г., Великобритания, Музей на текстила, Сливен. © Н. Ненов.  
Maria Louisa Loom, 1893, United Kingdom, Textile Museum, Sliven. © N. Nenov.

visions, as in its essence it is a technical museum and as such it can reach communities that will recognize it as important for their own identity because it helps them shape their ideas of what heritage is.

**Textile Industry Museum in Sliven.** The textile museum is opposite the historical manufacturing building of the renowned Dobri Zhelyazkov Factoryman, which is now part of the Regional Museum of History. The Textile Industry Museum is part of the National Polytechnic Museum in Sofia. It shows the development through time of the multitude of textile products connected to growing plants and keeping animals used for raw material for different fabrics in our country. The exhibition shows the progress of home weaving and its transformation into an industry using various devices and looms - imported from foreign countries as well as local. Part of the equipment is working, and that makes the museum exhibition interactive.

The exhibition shows archaeological (vertical loom weighs) and ethnographic (distaff, spinning wheel) objects as elements of the main story of making textile. The story of its use is missing. All objects related to making textile, even pre-modern objects that were part of the home occupations, are described by using technical data. They include categories such as fibre consumption, twisting turn frequency, and productiv-

ва в пълната варианти за добиване на влакна от растения и животни, но не показва осезаемо тази специфична връзка между Човека и Природата, която точно тук може да намери богати форми на изразяване. Вероятно не е особена тайна географското разпространение на отделните влакнодайни култури, а може би вълната на различните старинни породи овце има различно приложение в индустрията.

Музеят в Сливен поставя акцент върху килимарството като част от тъкачеството. Това е важна регионална тема, тъй като близкият Котел е ярък представител на този занаят. Експозицията за килимарството е белязана от липсата на другия център за тъкане на килими – този в Чипровци. Присъствието на двата центъра може да създаде диалог между различните форми на наследство, а заедно темата може да се развие и в руслото на нематериалното културно наследство, тъй като този елемент (Чипровските килими) е един от петте български, вписани от ЮНЕСКО в Представителната листа на Нематериалното културно наследство на човечеството.

И двата технически музея имат нужда от подкрепа на общности, за които техните презентации са важни, при което новият им живот ще се реализира първо на местно ниво, а след това, с обща помощ и реализирани политики на съучастие, музеите могат да бъдат припознати и за национални.

**Образите на наследството** са инварианти на популярни теми, които са важни за нас със своето многообразие, но стават видими, когато ги обозначим и отличим, когато формираме събирателно техните послания. Те представляват разпознаваеми елементи от теми, обвързани с национални или локални разкази, утвърдени като част от наследството. Образите на наследството не са музейни продукти, те се формират извън експозициите, но често присъстват в тях, тъй като са еманация на местните форми на наследство. Те съпътстват процесите на неговата валоризация, но могат да бъдат и самостоя-

иты. That makes the home occupation technologized in order to interweave it in the “competition” with machines. The effect is a rising development line marked by the myth of progress.

The pillar of this story is the First Textile Factory in Sliven opened in 1834 and the figure of Dobri Zhelyazkov. The memorable naivist virtual story of his life shows a way to interpret the subject<sup>10</sup>. The last picture of the series of drawings shows the already constructed Factory, with Dobri Zhelyazkov standing in front of it, and a camel by his side. Camels as a picture subject are familiar from one of Felix Kanitz’s watercolour paintings; therefore, this subject has become part of the recognizable heritage images and the local cultural landscape.

Both museums have representation themes of national significance; nevertheless, it seems hard for them to make successful exhibitions. The museum in Rousse still keeps propaganda messages from the socialist era, while the museum in Sliven finds it hard to go beyond the local frameworks. Indeed, Dobri Zhelyazkov’s factory is important and worth of showing the Beginning, but the development of this industry is shown only by the progress of technology, without any connection to other industrial centres in this branch elsewhere in Bulgaria, such as Gabrovo and Plovdiv. The museum exhibits all about the plant or animal fibre production methods, but it fails to highlight the specific connection between Man and Nature, although at this particular place it can benefit from a large variety of ways to express it. Probably, the geographical distribution of fibre crops is not much of a secret; on the other hand, may be the wool of the various sheep breeds had differing production uses.

The museum in Sliven spotlights carpet production as a segment of weaving. This is a noteworthy regional theme, because the close town of Kotel is a bright representative of this craft. The carpet production exhibition is marked by the absence of the other carpet weaving centre – the one in Chiprovtsi. The presence of the two centres can be used to create a dialogue between different heritage forms; if used together as part of the same theme, that theme can follow the course of intangible cultural heritage because that element (the Chiprovtsi carpets) is one of the five on

<sup>10</sup> *The Transport Museum in Rousse has also displayed in its lobby a series of drawings united in a story.*

телни носители на репрезентативни качества на наследството, поради което се превръщат в съставна част от посланията на музеите.

Сред образите на наследството в наблюдаваните от нас случаи ще отбележим предпочитанията за представяне чрез образи като „Град на стоте Войводи“ или „Европейски град“, които са част от утвърдените форми на идентичност. В тези самопредставяния основната разлика се явява избора на ценности, обвързани с категориите Домодерност – Модерност<sup>11</sup>. Родната къща на Хаджи Димитър и Първа фабрика, задвижвана с вода, са част от традиционната балканска предмодерност, докато индустрията в Русе се развива чрез парен двигател, а за лице на града твърде често се ползва Елиас Канети, нобелов лауреат за литература.

В темите, обвързани с етнография, трудно се появяват имена на реални персонажи, поради съответствие с белезите на фолклора, чиито проявления са колективни и анонимни по своя произход. От своя страна, музеите, обвързани с техниката, поставят фокус върху инициаторите на конкретни механизми или производства, при което Добри Желязков и неговата Фабрика заемат съществено място във формите за себепредставяне. Разбира се ние бихме могли да влезем в детайли и да издирим и други персонажи, които са важни в историята на местните общности, но всъщност само ония, които са едновременно локални и имат принадлежност към националния пантеон, формират устойчиво присъствие сред образите на наследството.

Образите на наследството имат функция на фермент, който поражда реакция в конкретни общности, благодарение на която те присъстват в (местната) културна памет. Образите на наследството съдържат контекста, който ги е породил, поради което те са разпознаваеми от широк кръг потребители и се съотнасят с

<sup>11</sup> Тази особеност вероятно не се отнася единствено за образите на наследството, тъй като И. Великов посочва, че едно от силните послания, които мотивите отправят в контекста на употребата им в експозиционните разкази, е противопоставянето на традиционно и модерно (Великов 2020: 90).

the UNESCO Representative List of Intangible Cultural Heritage of Humanity.

Both technical museums need the support of communities that find their representations important. If they have it, their new life will first start at the local level and later, with joint efforts and successful cooperation policies, the museums can be perceived as national museums.

**Heritage images** are invariants of popular themes that are significant for us on account of their diversity, yet they only become visible when we mark them and differentiate them, and when we combine them to form their messages. They are recognisable elements of themes covering national or local narratives established as part of the heritage. Heritage images are not museum products; they are formed outside the exhibition but are often included in them because they arise from local heritage forms. They exist parallel to the processes of heritage valorisation, but they can also be independent carriers of representative heritage features, and that is the reason why they are integrated in the museum messages.

As for heritage images in the cases we follow, we will note the preferences to use images such as 'the town of the hundred voyvodes', or a 'European city', which are part of the established identity forms. The key difference in those self-presentations is the choice of values related to the categories of Premodernity / Modernity<sup>11</sup>. The house in which Hadzhi Dimitar was born, and the First Water-driven Factory belong to the traditional Premodernity in the Balkan Mountains villages, while in the case of Rousse, the industrial development was based on the steam engine, and Elias Canetti, Nobel Prize winner in literature, is frequently used as the face of the city.

Names of real people very rarely appear in ethnography-related themes due to their likeness with folklore features the manifestations of which are collective and anonymous by origin. Museums related to technical development, on the other hand, put an emphasis on people pioneering specific devices or in-

<sup>11</sup> The scope of this peculiarity is probably wider and goes beyond the heritage images, because I. Velikov mentions that one of the strong messages created by the patterns in the context of their use in the exhibition narrative is the opposition of traditional vs. modern (Великов 2020: 90).

техните нагласи, вписват се в местните форми на идентичност и в настоящето имат основополагащи функции в процеса на комуникация с миналото. Утвърждаването на образите на наследството чрез осмислянето им, създава основа за диалог между институции и общности, които конструират наследството в контекста на собственото си преживяване, въобразяване или актуални нужди. По този начин чрез общуване с наследството местните общности, в непрекъснат диалог с всички останали, създават за своето настояще образи на наследството, разпознавани и приети от всички тях.

Твърде еднакви по замисъл и реализация, музеите у нас макар и трудно могат да реализират политики на съучастие в конкретни теми (Ненов, Трифонова-Костадинова 2019), да търсят нови варианти на интерпретиране на наследствата, с които да достигнат до своите непосредствени партньори, до онези общности, които имат нужда от своите музеи. В този възможен диалог смятам, че ще се открият начини за употреби на културното наследство, които създават ползи – не само като символен капитал на общностите, но и с реални материални измерения за по-голям кръг от заинтересовани лица и групи, определяни в Конвенцията от Фаро като „общности с наследство“.

Институциите на паметта приемат за важни задълженията си не само по изследване и съхраняване, но и за активно споделяне на културното наследство сред широки аудитории, тъй като то – наследството, представлява основния (интелектуален и емоционален) заряд на техните послания. Модерният музей възниква като културна технология за опредметяване на големите разкази на модерността – разказите за нацията, еволюцията, прогреса (Казаларска 2018: 7), поради което разказването прави от музея място, където миналото съществува, а присъствието на предметите изгражда свидетелство и истинност на този разказ. Обзорът върху различни музейни експозиции в Сливен и Русе ни дава възможност да ги обединим тематично – етнографски и технически, като така ги

dustries. Hence Dobri Zhelyazkov and his Factory have a leading position in the self-presentation forms. We could certainly go into details and find other people of significance for the local community history, but actually only people, who are local and at the same time are part of the national pantheon, from a sustainable presence among the heritage images.

Heritage images function as a ferment causing a reaction in specific communities that opens a place for them in the (local) cultural memory. Heritage images contain the context in which they were born and are therefore recognisable for a large variety of users and fit to their views; they are compatible with the local identity forms, and in the present time perform fundamental functions in the process of communicating with the past. Seeing the meaning of the heritage images and promoting that meaning create a basis of a dialogue between institutions and communities that construct heritage in the context of their own experience, imagining or actual needs. That way, by communicating with heritage, the local communities, in a continuous dialogue with all the rest, create heritage images for their present day that are recognized and accepted by all of them.

Being rather similar in concept and implementation, the museums in the country, regardless of the difficulties, can perform collaboration policies on certain topics (Ненов, Трифонова-Костадинова 2019), and can try to find new interpretations that will help them reach their immediate partners – the communities that need their museums. I believe that this possible dialogue will lead to new uses of the cultural heritage that will bring benefits not just as a community symbolic asset but also as having actual material dimensions for a larger number of interested people and groups defined under the Faro Convention as ‘heritage communities’.

Memory institutions regard as their important obligations not only the tasks to research and preserve cultural heritage, but also to actively share it with wide audiences, for the reason that it – the heritage – is the main (intellectual and emotional) fuel of their messages. The modern museum was born as a cultural technology that enables materialisation of the big Modernity stories: stories about the nation, the evolution, the progress (Казаларска 2018: 7), that is why narration makes the museum a place where the past is actually real, and the presence of objects there builds an

съотнесем към съответните „големи“ наративи, обвързани с прогреса или нацията.

Едновременно с това, при проследяване на мотивите, които всяка от експозициите е включила в себе си, можем да разграничим локалните културни проявления, които отличават едни общности от други, да видим, че те са част от елементите на самопредставянето им и изграждат разпознаваеми образи на наследството. Естествено е между ценното за местните общности и музейните специалисти да има различия, които са продукт както на образование и начин на живот, така и на социална позиция, която дава възможност на музея да възпитава в ценности, които често преобразуват локалното, за да се постигне хомогенност при представянето на общото. В този процес, който няма характер на еднократно действие, се случва разпознаването на формите на местно наследство, изграждащи идентичности и модели за себепредставяне чрез образи на наследството, които застават в основата на повествователната структура на музеите и изграждат техните културни политики.

**Николай Ненов, проф., д-р**

Регионален исторически музей – Русе  
Пл. „Ал. Батенберг“ 3  
7000 Русе, България  
nenoff@abv.bg

evidence and credibility to the narrative. The review of different museum exhibitions in Sliven and Rousse enables us to unite them in the same theme – in the ethnographic and in the technical aspect – in order to relate them to the corresponding big narratives concerning progress or the nation.

At the same time, the examination of the patterns each of the exhibitions contains helps us to differentiate local cultural expressions that make individual communities different and to see that they are part of the self-presentation elements and build recognisable heritage images. It is normal that there can be different criteria for what valuable is for the local communities and for the museum professionals; such differences arise not only from the education and the lifestyle, but also from the social standing giving the museum the possibility to educate about values that often transform the local to achieve homogeneity when the whole is presented. This process cannot be described as a single action; it is the setting allowing recognition of local heritage forms that create identities and heritage-based self-presentation models standing at the basis of the museum narrative structure and building the cultural policies of the museums.

**Prof. Nikolay Nenov, PhD**

Rousse Regional Museum of History  
3, Aleksandar Battenberg square  
7000 Rousse, Bulgaria  
nenoff@abv.bg

**Литература / References**

**Бокова, Ирена 2021.** Културни наследства vs туристически атракции. Различният поглед към местните наследства. – В: Ганева-Райчева, Валентина, Ирена Бокова, Николай Ненов (съст.) 2021. *Местни общности, културни наследства и музеи. Сборник с материали от научна конференция с международно участие „Местни общности, културни наследства и музеи“*, София, 25–26.02.2021 г. София: ИЕФЕМ – БАН, 253–269. / **Vokova, Irena 2021.** Cultural Heritages vs Tourist Attractions. A Different Perspective on Local Heritages.

– In: Ganeva-Raicheva, Valentina, Irena Bokova, Nikolay Nenoff (eds.). *Local Communities, Cultural Heritage and Museums. Collection of Papers from the International Research Conference ‘Local Communities, Cultural Heritage and Museums’* – Sofia, 25–26.02.2021. Sofia: IEFSEM – BAS, 503–520. Достъпно на: <http://iefem.bas.bg/en/local-cmmunities-cultural-heritage.html>.

**Бърчева, Мариана, Надя Стоянова 2004.** Сто години русенски музей. – В: *100 години Русенски музей. Био-библиографски справочник*. София: ИИК „РОД“, 5–10.

**Великов, Искрен 2020.** *Музейни репрезентации на Националното възраждане. Образи на наследството.* София: ИИК „РОД“.

**Ганева-Райчева, Валентина 2021.** Биокултурно наследство – аспекти на валоризацията му в България. – В: Ганева-Райчева, Валентина, Ирена Бокова, Николай Ненов (съст.). *Местни общности, културни наследства и музеи. Сборник с материали от научна конференция с международно участие „Местни общности, културни наследства и музеи“*, София, 25–26.02.2021 г. София: ИЕФЕМ – БАН, 234–252. / **Ganeva-Raycheva, Valentina 2021.** The biocultural heritage: aspects of its valorization in Bulgaria. – In: Ganeva-Raycheva, Valentina, Irena Bokova, Nikolay Nenov (eds.). *Local Communities, Cultural Heritage and Museums. Collection of Papers from the International Research Conference ‘Local Communities, Cultural Heritage and Museums’ – Sofia, 25–26.02.2021.* Sofia: IEFSEM – BAS, 487–502. Достъпно на: <http://iefem.bas.bg/en/local-communities-cultural-heritage.html>.

**Демирев, Владимир 2020.** За връзката стари места – нови празници в картината на културния пейзаж. – *Известия на Регионален исторически музей – Русе*. Т. 22. *Стари места – нови празници.* Съст. Ненов, Николай, Искрен Великов. Русе: РИМ – Русе, 241–254.

**Казаларска, Светла 2018.** Музей и разказ. – *Пирон*. Електронно списание, № 15. Достъпно на: <http://piron.culturecenter-su.org/wp-content/uploads/2018/03/Svetla-Kazalarska-Museum.pdf>.

**Кюизьоние, Жан 1993.** *Етнология на Европа.* София: УИ „Св. Климент Охридски“.

**Негков, Симеон 2004.** Идеята за български етнографски музей. – В: *Музеят – традиция и съвременност.* Габрово.

**Ненов, Николай 2014.** „Последните думи на Ернестина“. Интерпретационни модели и интерактивност на посланията в музея. – В: Казаларска, Светла, Лозанка Пейчева (съст.). *Виж*

*кой говори. Комуникационни и интерпретационни модели в музея.* София: АИ „Проф. М. Дринов“, 171–177.

**Ненов, Николай 2016.** Ру – древният човек от Русе на Змей Горянин. – В: *Българският език и ние. Сборник статии в чест на 65-годишнината на доц. г-р Руси Русев.* Русе: УИ „А. Кънчев“, 360–370.

**Ненов, Николай 2019.** Линията на Модерността. Образи и послания в Националния музей на транспорта в Русе. – *Известия на Регионален исторически музей – Русе*. Т. 21. *Началата на българската Модерност. Революционни идеи и всекидневни практики.* Съст. Николай Ненов, Ренета Рошкева. Русе: РИМ – Русе, 235–252.

**Ненов, Николай, Силвия Трифонова-Костадинова 2019.** „Предметите говорят“ – споделени наследства и съучастие на публики. – *Български фолклор*, 45(3), 314–337.

**Ненов, Николай 2021.** Образи на наследството и мотиви в археологически експозиции на музеите в Сливен и Русе. – В: Ганева-Райчева, Валентина, Ирена Бокова, Николай Ненов (съст.). *Местни общности, културни наследства и музеи. Сборник с материали от научна конференция с международно участие „Местни общности, културни наследства и музеи“*, София, 25–26.02.2021 г. София: ИЕФЕМ – БАН, 2021, 270–284. / **Nenov, Nikolay 2021.** Heritage Images and Patterns in the Archaeological Exhibitions in the Museums in Sliven and Rousse. – In: Ganeva-Raycheva, Valentina, Irena Bokova, Nikolay Nenov (eds.). *Local Communities, Cultural Heritage and Museums. Collection of Papers from the International Research Conference ‘Local Communities, Cultural Heritage and Museums’ – Sofia, 25–26.02.2021.* Sofia: IEFSEM – BAS, 2021, 270–284. Достъпно на: <http://iefem.bas.bg/mestni-obshtnosti-kulturni-nasledstva.html>.

**Обретенов, Никола 1942.** *Спомени за българските въстания.* Рег. проф. М. Арнаудов. София: Българска книга.

## Наследството на Средновековието: музеоложки прочит на археологическите обекти с осигурен туристически достъп в Русенско и Сливенско

Искрен Великов

**Резюме:** Изграждането на музеен наратив в рамките на археологически обект е предизвикателство, чието изпълнение е ограничавано от множество фактори. Целта на настоящият текст е да съпостави музейния наратив, предложен в два археологически обекта с осигурен туристически достъп в регионите на Русе и Сливен – Средновековния град Червен и Крепост Туида.

Сравнението между елементите, които представят експозиционен разказ за миналото на всяка от крепостите, показва общи моменти, които са предпоставени както от особеностите на обектите – разказ за отбранителната система, за всекидневие, за религията – така и от възприетите идентични подходи за разгръщане на наратив на открито.

**Ключови думи:** археология, наследство, наратив, интерпретации, образи

Изграждането на музеен наратив в рамките на археологически обект е предизвикателство, чието изпълнение е ограничавано от множество фактори. От една страна, физическите особености на терена и разположението на разкритите структури формират „задължителни“ точки в разказа, чието място не подлежи на разместване. От друга страна, интерпретираните характеристики на сгради/съоръжения „ограничават“ хронологическите рамки, в които може да се разгърне наративът.

Целта на настоящия текст е да съпостави музейния наратив, предложен в два археологически обекта с осигурен туристически достъп в регионите на Русе и Сливен – това са Средновековният град Червен и Късноантичната и средновековната крепост Туида. Анализът е извършен

## The Heritage of the Middle Ages: Museological Interpretation of the Archaeological Sites Accessible to Tourists in the Regions of Rouse and Sliven

Iskren Velikov

**Summary:** Building a museum narrative in the framework of an archaeological site is a challenge because of the numerous factors restricting its implementation. This text aims at comparing the museum narrative offered at two archaeological sites accessible to tourists in the regions of Rouse and Sliven: the Medieval Town of Cherven and Tuida Fortress.

The comparison between the elements presenting the exhibition story of the past of either of the fortresses reveals common moments predetermined by the nature of the sites: a story telling about the defence system, the day-to-day life and the religion. The similarity, however, is also predetermined by the identical approaches implemented in unfolding an open-air narrative.

**Keywords:** archaeology, heritage, narrative, interpretations, images

To construct a museum narrative in the framework of an archaeological site is a challenge because of the numerous factors restricting its implementation. On the one hand, the physical features of the area and the location of the unearthed structures shape the “compulsory” story points that are impossible to reposition. On the other hand, the interpreted features of the existing buildings/ facilities present limitations to the chronological framework into which the narrative can fit.

The present text aims at comparing the museum narrative offered at two archaeological sites accessible to tourists in the regions of Rouse and Sliven: the Medieval Town of Cherven and Tuida Fortress from the Late Antiquity and the Middle Ages. The analysis is based on field research under the Cultural Resources, Heritage Valorisation and Local Development project funded by the National Science Fund<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> The project ‘Cultural Resources, Heritage Valorization and Local Development’ is implemented by the Institute of Ethnology and Folklore Studies with Ethnographic Museum of the Bulgarian Academy

на базата на теренни проучвания, проведени в рамките на проект „Културни ресурси, валоризиране на наследства и местно развитие“, финансиран от Фонд „Научни изследвания“<sup>1</sup>.

Световната практика разграничава различни категории археологически обекти с осигурен публичен достъп: археологически резервати, археологически паркове, археологически комплекси, археологически музеи *in situ* (Иванов 2020: 10). С промяната на фокуса в развитието на музеоложката наука през 70-те години на ХХ век на Запад и „новата“ роля на публиките в парадигма, базирана на активна роля на съучастието, експонирането на недвижимото археологическо наследство започва да се реализира през концепцията за археологическите паркове и активната политика на социализация.

В български условия, интересът на почитателите на съхранените и експонирани археологически структури е агресивен често чрез формулировката „археологически резерват“. По този начин фокусът се измества от обект, където посетителят може да се докосне до миналото и да научи повече за всекидневното в по-ранни периоди, към обект, където се осъществява дейност по опазване и проучване на археологическото наследство.

Съпоставката на двата посочени археологически обекта – Червен и Туида – е извършена на базата на цялостен поглед към наличната на терен инфраструктура: представяне на археологическите останки, както и съпътстващи съоръжения. Към темата за презентирането на наследството добавяме и изграденият образ за всеки от обектите, регистриран в социалните мрежи, който допринася за привличането на определени групи нови публики.

<sup>1</sup> Проект „Културни ресурси, валоризиране на наследства и местно развитие“ се осъществява от Института за етнология и фолклористика с Етнографски музей (ИЕФЕМ) към Българската академия на науките, в партньорство с Регионален исторически музей – Русе, Регионален исторически музей „Д-р Симеон Табаков“ – Сливен и Нов български университет (НБУ). Ръководител на проекта е доц. д-р Валентина Ганева-Райчева, ИЕФЕМ – БАН.

There are various categories of archaeological sites in the world open to public access: archaeological reserves, archaeological parks, archaeological complexes, and *in situ* archaeological museums (Иванов 2020: 10). The changed focus of museology development in the 1970s in the West and the “new” role assigned to audiences in a paradigm based on active engagement were the reasons for the archaeological heritage exhibitions to follow the concept of archaeological parks and their active socialisation policy.

In the Bulgarian conditions, the interest of the people who love preserved and exhibited archaeological structures is often attracted by the phrase ‘archaeological reserve’. That way, the focus is shifted from a site where the visitor can touch the past and learn more about daily life in earlier periods to a site where archaeological heritage preservation and exploration activities are performed.

The comparison between the two archaeological sites mentioned above – Cherven and Tuida – is based on taking into consideration all aspects of the infrastructure available on the sites: presentation of archaeological remains and facilities existing there. We add to the heritage presentation topic the image each of the sites has in the social networks, as it contributes to attracting certain new groups of audiences.

### The Medieval Town of Cherven

**Description and research story.** The Medieval Town of Cherven is a national archaeological reserve<sup>2</sup> in the Cherni Lom River Valley, 40 km south of Rousse. The first exploration of the fortress ruins was performed in 1910 in the framework of Prof. Vasil Zlatarski’s archaeological campaign. He unearthed the inner space of Church Nr. 1 – the Bishop’s church of the town, with preserved fragments of frescos. The account of that excavation effort was never published. The only existing preserved documentation is Karel Skorpil’s description in his book about the old sites along the Roussenski Lom River (Шкопнул 1914: 31).

*of Science, in partnership with the Rousse Regional Museum of History, the Dr. Simeon Tabakov Regional Museum of History in Sliven, and the New Bulgarian University. Project manager is Dr. Valentina Ganeva-Raycheva, Associate Professor, IEFSEM, BAS.*

<sup>2</sup> The site is listed under number 8 in the Appendix to Art. 50 par. 3 of the Cultural Heritage Law.

## Средновековен град Червен

Характеристики и история на проучванията. Средновековен град Червен е национален археологически резерват<sup>2</sup>, разположен в долината на р. Черни Лом, на 40 км южно от Русе. Проучванията на останките от крепостта започват през 1910 г. с археологическата кампания на проф. Васил Златарски. Той разкрива вътрешността на Църква № 1 – митрополитския храм на града, със запазени фрагменти от стенописи. Резултатите от това проучване така и не са публикувани, а единствената запазена документация представлява описанието на Карел Шкорпил в труда му за старините по поречието на Русенски Лом (Шкорпил 1914: 31).

Системните археологически проучвания на Червен започват през 1961 г. и с известно прекъсване през 90-те години на ХХ в., продължават и до днес. Разкрита е голяма част от укрепителната система на града, замъка, две подземни водоснабдителни съоръжения, шестнадесет църкви, две административни сгради, стотици жилища, стопански, занаятчийски и военни сгради (Йорданов 2019). Средновековният Червен се развива възходящо в периода на Второто българско царство и достига своя връх през XIV в.

**Разказ.** Развитие на наратива за миналото на Червен е зависимо както от географските специфики на обекта, така и от разкритите структури в пределите на археологическия резерват. Формулирани са един основен и два спомагателни маршрута, които покриват обща площ от около 70 дка.

Като при всяко укрепление, първият елемент, пред който се изправя посетителят, е въпросът за фортификацията – крепостни стени, бастioni, крепостна порта. В случаят с Червен, това е Източната крепостна стена, където освен конструктивните особености на защитното съоръжение, е засегната и темата за обвързаността на града с централната власт в Търново. Информационното табло при входа на крепостта разказва историята за открит каменен къс, върху



Общ поглед към цитаделата на Средновековния Червен. На преген план – западната бойна кула, 2020. © И. Великов. General view of the Medieval Cherven citadel. In the foreground: the Western fortification tower, 2020. © I. Velikov.

Systematic archaeological research in Cherven was started in 1961; with a break in the 1990s, the research work is still in progress. The excavations have revealed a large section of the fortification system, the castle, two underground water supply facilities, sixteen churches, two administrative buildings, hundreds of workshops, residential and military constructions (Йорданов 2019).

**Narrative.** The narrative about the past times of Cherven is determined by the geographical features of the site and by the structures unearthed within the archaeological reserve. As for the outlined tourist routes, there is a main one and two additional pathways, covering a total area of ca. 70 decares.

As natural with fortresses, the first element the visitor faces is the fortification: fortress walls, bastions, the fortress gate. In the case of Cherven, it is the eastern fortress wall; along with the construction features of the defence facility, the information board tells about the links between the town and the central government in Tarnovo. The text tells a story about a piece of stone found around, the inscription on it announcing the death of Queen Ana-Maria, wife to King Ivan Asen II (1218–1241). The narrative about the defence of the town includes the stories about two of the churches

<sup>2</sup> Обектът фигурира под № 8 в Приложение към чл. 50, ал. 3 на Закона за културното наследство.

който е изписан текст, свързан с кончината на царица Ана-Мария – съпругата на цар Иван Асен II (1218–1241). Към разказа за защитата на града принадлежат и разказите за два от червенските храмове в рамките на цитаделата, призвани да измолят божествена закрила над крепостните стени на Червен. Липсата на музейна експозиция на място е компенсирана чрез предоставянето на образи на артефакти, асоциирани с конкретни локации, които допълват тематично историята на дадена зона в града<sup>3</sup>.

Следващата по география тема в хода на експозицията на открито е тази за всекидневното – жилищните сгради, главната улица, търговските функции на помещенията на първия етаж. Разказът се доразвива и като включва прилежащите стопански сгради с техните особености – по-големи размери, запазените в тях съоръжения.

Централен момент в разказа за миналото на Червен е замъкът на червенския болярин. В духа на комплексните функции, които тази постройка е изпълнявала, укрепената резиденция говори както за защитата на цитаделата, така и за сложната система за водоснабдяване на града, за стопанските функции на първия етаж, за жилищните и представителните функции на източното крило на сградата. Църковната постройка в двора на замък поставя отново фокус върху мястото на религията в живота на средновековния град. Освен с текстови и снимкови похвати, разказът за замък е доразвит и чрез предоставянето на графична реконструкция на постройката, изградена върху една от хипотезите за неговия облик.

В непосредствена близост се намират и два от най-големите храмове в Червен – църкви № 2 и 4. Със своите мащаби, пишна украса и видими компоненти, те разказват за ролята на православното християнство както за живота в

within the citadel that had the duty to obtain by prayer God's protection over the fortress walls of Cherven. The absence of an *in situ* museum exhibition is compensated by presenting images of artefacts related to specific locations; they add to the story of some of the town areas<sup>3</sup>.

The next theme that appears along the geographical course of the open-air exhibition is daily life: residential buildings, the main street, the business functions of the ground floor rooms. The unfolding story includes the adjacent business constructions and their specific features: larger size, facilities found in them.

A central element of the narrative of the past of Cherven is the castle of the Cherven boyar. That building performed a multitude of functions. The fortified citadel was obviously related to the town defence, to the elaborate water supply system, to business functions on its ground floor; its eastern wing performed residential and representative functions. The church in the courtyard places the focus again on the role the religion played in the life of the medieval town. Along with texts and photographs, the narrative of the castle is further developed by a graphic reconstruction of the construction based on one of the hypotheses of what it was like.

Right next to it are two of the largest churches in Cherven: churches number 1 and number 2. Their sizes, the lavish decoration and the visible elements reveal the role Orthodox Christianity played in the life in the mediaeval town. Furthermore, these churches – their location and orientation - are also an element of the urban structure development. The large number of graffiti on the outside church walls indicate the high level of literacy of the local population; they also give first hand information about their system of personal names.

The western fortified tower has a special place in the narrative of the Medieval Cherven. As it is well preserved, its authentic appearance has had a key role in building the perception of the image of the town.

<sup>3</sup> *Такъв е случаят с информационното табло при северната крепостна стена на цитаделата, където е представена фотография на фрагмент от колчан, разкрит там. Артефактът, заедно с голямото количество върхове на стрели, открити на място, дават категоричен отговор на въпроса как са охранявани крепостните стени в периода на Средновековието.*

<sup>3</sup> *That is the case of the information board by the northern wall of the citadel, with a fragment of a quiver unearthed there. That artefact and the large number of arrows found in situ present an unquestionable answer to the question of the way the fortress walls were guarded in the Middle Ages.*

средновековния град, така и като елемент от развитието на градската тъкан – местоположение, ориентация. Множество графити по външните лица на стените на храмовете говорят за високо ниво на образованост сред жителите на Червен, но също така дават непосредствена информация за тяхната именна система.

Западна бойна кула заема специфично място в наратива за Средновековния Червен. Поради своята запазеност и историческа роля във възприятието за образа на града, кулата е емблематична за крепостта<sup>4</sup>. Макар и разположена към края на предпочитания от голяма част от посетителите маршрут сред крепостта, Червенската кула разказва както за особеностите на българската фортификационна архитектура от времето на XIII–XIV в., така и за произхода на средновековния град – византийския градеж от VI в. Информационното табло показва и още един, слабо познат, момент от близкото минало на Червен – разрушителното въздействие на земетресението с епицентър във Вранча през 1977 г.

Западната част от Средновековния Червен, определена от археолозите като Същински град, е „незадължителен“ елемент при посещението на обекта. Там е разположен най-важният храм в града – Митрополитска църква № 1, жилищни зони, епископска резиденция от ранния османски период, бронзолеярни. Тук се намира и зоната, която е в процес на проучване – Църква № 16 (Velikova, Zhekunova 2021), където посетителят може да види от първо лице работата при провеждане на археологическо проучване.

Развитието на експозиционния наратив е съпътствано от допълнителни съоръжения – карти и планове, информационни табла, графични възстановки. Планове на крепостта са разположени на три ключови места в нейните предели

<sup>4</sup> Западната бойна кула в Червен е сред малкото такива структури, запазени изцяло. През XIX в. нейният образ вдъхновява Георги Раковски, който създава своето произведение „Възпоманание старобългарско на развалини старославнаго града Червенотода близ Рухчука“ (Раковски 1983: 446). Силуетът на укрепителното съоръжение виждаме и на литография от експедициите на Феликс Каниц из Дунавска България (Kanitiz 1875).



План-карта на Червен, 2019. © И. Великов.  
Cherven site plan, 2019. © I. Velikov.

Therefore, it has become emblematic for the fortress<sup>4</sup>. Although it is located close to the end of the best preferred tourist route inside the fortress, the Tower of Cherven tells about the characteristics of the 13<sup>th</sup>-14<sup>th</sup> century Bulgarian fortification architecture, and also about the origin of the medieval town: a 6<sup>th</sup> century Byzantine structure. There is a little known detail from the recent past shown on the information board: the destructive effect of the Vrancea earthquake in 1977.

The most important church in the town – Bishop's Church Nr. 1 – is also in that area, as well as residential quarters, a bishop's residence from the early Ottoman period, and bronze casting workshops. The area that is still being excavated is also here – Church Nr. 16 (Velikova, Zhekunova 2021), and the visitor has the chance to see the way archaeological excavations are performed.

The course of the exhibition narrative is supplemented by additional visual information provided by

<sup>4</sup> The western fortified tower in Cherven is one of the few completely preserved structures of this kind. Its image inspired Gerogi Rakovski in the 19<sup>th</sup> century to write his poem about the ruins of Cherven „Възпоманание старобългарско на развалини старославнаго града Червенотода близ Рухчука“ (Rakovski 1983: 446). We can also see the silhouette of that defence facility on a lithograph from Felix Kanitz's expeditions around the Danube areas in Bulgaria (Kanitiz 1875).

– такива, които имат потенциал да се превърнат в начална точка за посещение. Картите индикират както по-важните сгради и места, така и възможните маршрути за разглеждане. Графичните възстановки онагледяват четири конкретни сгради, както и една цялостна визия за облика на Червен през XIV в., формирана върху хипотези.

**Инфраструктура.** Макар и непряка част от разказа за миналото, туристическата инфраструктура заема важно място във възприятията на публиките за даден обект. Наличните в Червен съоръжения включват паркинги, алеи с напрати съобразени с терена, места за отдих. В подножието на крепостта има и заведение, което предоставя основни храни и напитки, както и сувенири.

**Публичен образ на обекта.** Присъствието на Средновековен град Червен в социалните мрежи и интернет пространството е изразено в съществуването на страници, групи и канали за споделяне на визуални и текстови материали. Фейсбук страницата „Средновековен град Червен / Medieval town of Cherven“<sup>5</sup> е създадена от специалисти от Русенския музей през януари 2019 г. и към днешна дата има повече от 2000 последователи. Освен актуална информация, свързана с предстоящи събития и с хода на археологическите проучвания на средновековния град, фейсбук страницата следва и информационна кампания за споделяне на знание за историята на обекта, на конкретни сгради, на по-открояващи се находки. В стремежа си за достъп до различни категории посетители, информацията от фейсбук страницата се споделя и в специална инстаграм страница, посветена на Средновековния Червен<sup>6</sup>. Наред с тези канали, информация за Червен се споделя на регулярна основа и от основната фейсбук страница на Русенския музей<sup>7</sup>, както и на официалната интернет страница на Регионален исторически



Графична възстановка и информационно табло при Църква №2 в Червен, 2019. © И. Великов.

Graphic reconstruction and information board by Church No. 2 in Cherven, 2019. © I. Velikov.

maps and plans, information boards and graphic reconstructions. The fortress plans are placed at three key locations inside it; those three points have the potential to become visit starting points. The maps show the important buildings and places and the possible sightseeing routes. The graphic reconstructions visualise four particular buildings as well as a general hypothesis-based vision of what Cherven looked like in the 14th century

**Infrastructure.** Although an indirect part of the story about the past, the tourist infrastructure has a key role in the way audiences perceive a site. The infrastructure existing in Cherven includes parking areas, pathways with handrails at places where the terrain is steep, and resting places. A snack bar at the foothill of the fortress offers snacks, drinks and gifts.

**The public image of the site.** The Medieval Town of Cherven is present on the Internet in the social networks, on websites, and in video and text sharing groups and channels. The Facebook page 'Средновековен град Червен / Medieval town of Cherven'<sup>5</sup> was created by professionals working at the Rouse museum

<sup>5</sup> Средновековен град Червен / Medieval town of Cherven, Facebook, <https://www.facebook.com/medievalcherven> (25.11.2021).

<sup>6</sup> Средновековен Червен / Cherven, Инстаграм, <https://www.instagram.com/medievalcherven/> (26.11.2021).

<sup>7</sup> Регионален исторически музей – Русе / Rouse Regional Museum of History, Facebook, <https://www.facebook.com/museumruse> (26.11.2021).

<sup>5</sup> Средновековен град Червен / Medieval town of Cherven, Facebook, <https://www.facebook.com/medievalcherven> (25.11.2021).

музей – Русе<sup>8</sup>.

Естествен принос към изграждането на публичен образ за средновековния град имат и фейсбук групите, създадени от представители на местната общност. Най-активни в това отношение са групите „Червен – история и бит“ и „Русенско Поломие“, където жители на съвременното село Червен, както и на околните селища, споделят истории за миналото на региона, актуални снимки и състояние, изразяват своите препоръки и мнения. Активността на местната общност, както и на посетителите на крепостта, са ясни знаци за посоката, в която те виждат развитието на наследството, което възприемат като свое.

### Късноантична и средновековна крепост Туида

**Характеристики и история на проучванията.** Туида е укрепление от късната Античност и средните векове, разположено в местността „Хисарлъка“ в северната част на Сливен. Крепостта е недвижима културна ценност от национално значение<sup>9</sup>.

Първите проучвания в пределите на крепостта Туида започват през 60-те и 70-те години на ХХ в., а от 1982 г. те се провеждат системно от специалисти от Регионалния исторически музей в Сливен и от Археологическия институт с музей при БАН в София (Бацова-Костова 1964, Борисов 2015). След повече от десетилетие прекъсване през 90-те години и началото на ХХI в., разкопките са подновени, а скоро след това е реализиран и мащабен проект за консервация и социализация. Проучени са голяма част от фортификационната система на крепостта, военни, стопански и административна сграда, както и

<sup>8</sup> Средновековен град Червен // Регионален исторически музей – Русе, <https://www.museumruse.com/portfolio-items/cherven/> (26.11.2021).

<sup>9</sup> ДВ, бр. 92/23.11.1965 г.; §10 от Преходни и заключителни разпоредби на Закона за културното наследство; „Списък на обекти със статут на недвижими културни ценности / паметници на културата / с категория „национално значение“ на територията на област Сливен“ // Министерство на културата, [http://mc.government.bg/files/3623\\_Oblast%20Sliven%20do%202017.doc](http://mc.government.bg/files/3623_Oblast%20Sliven%20do%202017.doc) (26.10.2021).



Панорамна гледка – два от червенските храмове и вътрешността на западната бойна кула на Червен, 2020. © И. Великов.

Panorama view – two of the churches in Cherven, and the inside of the Western fortification tower of Cherven, 2020. © I. Velikov.

in January 2019; today, the number of its followers exceeds 2000. Along with news related to upcoming events and the progress of the archaeological excavations done in the medieval town, the Facebook page follows an information campaign that shares details about the site history, interesting facts about some of the buildings and noteworthy finds. In order to reach many visitor groups, the information on the Facebook page is also shared on a special page of the Medieval Town of Cherven in Instagram<sup>6</sup>. Along with that, information about Cherven is shared on regular basis on the main Facebook page of the museum in Rousse<sup>7</sup>, and on the official website of Rousse Regional Museum of History<sup>8</sup>.

The Facebook groups created by representatives of the local community naturally have a role in the public image of the medieval town. The most active groups

<sup>6</sup> Medieval Cherven / Cherven, Instagram, <https://www.instagram.com/medievalcherven/> (26.11.2021).

<sup>7</sup> Средновековен град Червен // Регионален исторически музей – Русе, <https://www.museumruse.com/portfolio-items/cherven/> (26.11.2021).

<sup>8</sup> Средновековен град Червен // Регионален исторически музей – Русе, <https://www.museumruse.com/portfolio-items/cherven/> (26.11.2021).

късноантични базилика и бантистерий.

**Разказ.** Както и при останалите археологически обекти *in situ*, така и при Туида изграждането на музеен наратив е предпоставено от наличието/отсъствието на проучени зони, както и от локацията и характера на разкритите структури спрямо предложения експозиционен път. Началото на същинския експозиционен наратив е свързан с укрепителната система на крепостта – Южната крепостна порта и прилежащите крепостни стени. Към тази тема може да добавим и останалата част от разкритите укрепителни структури (северна и източна стени, зони от западната), както и защитните кули, разположени в четирите ъгъла на крепостта. Информационните табла в тези зони представят с кратко описание характера на постройката, като копират останалите табла съобразно конкретната структура<sup>10</sup>.

Темата за отбранителният характер на крепостта е допълнена и от проучените основи на Военна сграда в югозападната част на Туида. Видимите на терен очертания на сградата не подсказват нейните функции, а информацията за вида на структурата, за нейните предполагаеми мащаби, както и за изграждането ѝ през VI в., достига до посетителя от табела на мястото. Непосредствено до нея е разположена сграда за съхранение на жито (хореум), чийто образ е разпознаваем благодарение на присъствието на вкопани питоси.

Голяма част от разкритите в Туида постройки са интерпретирани като стопански сгради, чийто строеж се свързва с началните векове от съществуването на укреплението. Тези сгради са разположени верижно непосредствено зад крепостните стени и са близки по размери, а присъствието им отваря темата и за Всекидневие в крепостта Туида.

Своеобразен център в наратива за миналото

<sup>10</sup> Така например информацията за защитните кули е напълно идентична, а единственото което се променя е наименованието с оглед географската локация на кулата: „Северозападна кръгла кула. Издигала се е в ъгъла на крепостта в подковообразен план. Входът представлявал полукръгло предверие“.

are Чепвен – история и бум (Сehrven – History and Lifestyle) and Русенско Поломие (Roussenski Lom River Valley) and the groups of the villages around. They share stories about the past times of the region, recent photographs, information about the existing condition of the site, and give recommendations and comments. The proactive character of the local community and the site visitors is a clear indication of the trend they hope to see in the development of the heritage they regard as belonging to them.

### **Tuida Fortress from the Late Antiquity and the Middle Ages**

**Description and research story.** Tuida is a fortification from the Late Antiquity and the Middle Ages in the Hisarlaka area in the northern part of Sliven. The fortress is on the national list of immovable heritage<sup>9</sup>.

The first research efforts on Tuida fortress started in the 1960s and 1970s. Since 1982, systematic research work performed by professionals from the Sliven Regional Museum of History and the Archaeological Institute with Museum of BAS in Sofia has been in progress (Бацова-Космова 1964, Боруцов 2015). This far, the research has covered a large section of the fortress fortification system, military and business buildings, an administrative construction, as well as a Late Antiquity basilica and a baptistry.

**Narrative.** At Tuida, like all other archaeological sites *in situ*, the construction of a museum narrative is predetermined by the availability / absence of explored segments as well as by the location and the nature of the excavated structures in relation to the exhibition route offered to the visitors. The start of the main exhibition narrative is connected to the fortification system – the Southern Gate and the adjoining fortress walls. That theme can be further continued with the rest of the excavated fortification structures (the northern and the eastern walls, sections of the western wall) and the fortification towers in the four fortress corners. The information boards by those places give

<sup>9</sup> The State Gazette, 92/23.11.1965; par. 10 of Transitional and Final Provisions of the Cultural heritage Law; 'List of sites included in the national list of immovable cultural property/monuments of culture/on the territory of Sliven region' // Ministry of Culture, [http://mc.government.bg/files/3623\\_Oblast%20Sliven%20do%202017.doc](http://mc.government.bg/files/3623_Oblast%20Sliven%20do%202017.doc) (26.10.2021).

на укрепението е късноантичният баптистерий, разположен в източната част на територията. Това е единствената постройка, върху която е изградено защитно покритие, както и панорамна пасарелка за разглеждане. Заедно с разположената в непосредствена близост късноантична базилика, баптистерият развива темата за разпространението на християнството в тази географска зона и то в контекста на Римската империя и на Византия в ранните векове на Средновековието. Освен че е една от най-запазените структури в крепостта, със своите стенописи и мозаечен под кръщелнята и базиликата говорят за мястото на Туида като епископски център през Късната Античност.

Административната сграда е другият важен (и различен) елемент в структурата на презентацията. Тя е разположена на средишно място в географията на крепостта и добавя към нейния образ темата за местната власт и за градските функции в периода на късната Античност.

Лапидариумът е сред финалните елементи в конструирания експозиционен наратив в крепостта Туида. Той е разположен в близост до югоизточния ъгъл на крепостта, върху открита площ, където са експонирани каменни детайли – бази за колони, капители, корнизи, каменна пластика. В композиционен аспект, Лапидариумът изпълнява по-скоро естетически функции и маркира края на посетителското трасе.

Внимание заслужава и един от съпътстващите, но важни интродукционни елементи в експозиционния разказ, разгърнат в пределите на крепостта Туида – картата на обекта. Предназначена за представяне на начална представа и за ориентир на посетителите на укрепението, информационното табло-карта показва важните обекти, но съдържа и информация, която не е рафинирана за туристическа употреба. Такъв е примерът с указването на броя седящи места в изградения Летен театър, както и с неколкото кратките уточнения „демонтажна“, когато се описва присъствието на сцени на различни места в рамките на експозиционната територия. В същото време отсъстват индикации за раз-



Умален модел на Туида при Входа на крепостта, 2020. © И. Великов.

Scale model of Tuida at the fortress entrance, 2020. © I. Velikov.

short descriptions of the nature of the construction; all boards contain similar descriptions, yet they differ in the details pertaining to each specific place<sup>10</sup>.

The theme concerning the defence nature of the fortress is extended by the researched fundamentals of a military building in the south-western area of Tuida. The construction lines visible on the site suggests nothing about its function; the visitor finds the information about the nature of the structure, its supposed size and the period it was built (the 6th century) on the board placed there. Right next to that building is a wheat warehouse (horreum); its function is recognisable by the pithoi dug into the ground.

Many of the buildings excavated in Tuida are interpreted as farming buildings, and their construction is related to the early centuries of the existence of the fortress. Those buildings are located in a chain-like position right behind the fortress walls; they were similar in size. Their existence there activates the theme of the day-to-day life in Tuida fortress.

The Late Antiquity baptistery in the eastern area is

<sup>10</sup> For example, the information about the fortification towers is completely identical, the only difference being the name, as it corresponds to the location: 'The north-west round tower. It was in the corner. Its plan was in the shape of a horseshoe. The entrance was a semi-round antechamber'.

положението на административната сграда, за късноантичната базилика, както и за ъгловите защитни кули на крепостта. По този начин акцентът пада почти изцяло върху изградената по европейски проект през 2014 г. туристическа инфраструктура (като зони за пикник, пейки, перголи) и в много по-малка степен върху археологическото наследство.

Друг важен елемент от разказа за миналото на крепостта са физическите възстановки. Още преди влизане през главния вход на Туида посетителят има възможност да види умален модел на укреплението, експониран на открито. В близост до информационния център са разположени няколко възстановки на средновековни обсадни съоръжения – катапулти, тарани, стреломети. Всички те са част от елементите за визуално представяне на миналото и преодоляват определени недостатъци в описателните текстове.

Поради спецификата на обекта, като част от презентацията за миналото на мястото можем да включим и провеждащите се археологически проучвания. Те се извършват в северозападния сектор на крепостта, в близост до административната сграда, и дават нови данни за живота на укреплението през XI–XI век<sup>11</sup>. Разположението на провеждащите се разкопки в зоната, която се посещава от туристи, доразвива разказа и показва елементи от проучвателската дейност, които в повечето случаи остават скрити за очите на неспециалистите.

Една от важните особености в разказа за крепостта Туида, представен на терен пред нейните посетители, е прокрадващото се отсъствие на Средновековието. Видимо както от информационните табла, така и от характера на експонираните структури, акцентът е поставен върху периода на късната Античност – времето на полагането на темелите на укреплението. Тази особеност се дължи както на лаконичната информационна обезпеченост на терен (в случаите, в които табелите посочват хронологически рам-

in the core of the narrative about the fortress history. That is the only building that has a protection shelter built above it, and a viewing pathway for visitors. Along with the Late Antiquity basilica right next to it, the baptistery develops the theme of the spread of Christianity in this part of the continent, in the context of the Roman Empire and Byzantium in the Early Middle Ages. The baptistery and the basilica are among the best preserved structures in the fortress; moreover, the frescos and the mosaic floor tell about the role Tuida had as a bishop's centre in the Late Antiquity.

The administrative building is the other important (and different) element in the presentation structure. It occupies a central position in the fortress and adds another theme to the general image: the theme about local government and the urban functions in the Late Antiquity.

The Lapidarium is one of the final elements of the



План-карта на крепостта Туида, 2020. © И. Великов.  
Tuida fortress site map, 2020. © I. Velikov.

<sup>11</sup> „Разкопките на крепост Туида за сезон 2021 г. приключиха“// Сливен Нет, <https://new.sliven.net/sys/news/index.php?id=376928> (26.11.2021).

ки, те са свързани със създаването на структури (ресторанти, музеи, информационни табели), така и на историческия развой в градежа на крепостта.

**Инфраструктура.** Отново със съпътстващ характер, но с определена роля в процеса на възприемане на презентационния наратив, туристическата инфраструктура в крепостта Тууда е изградена основно в резултат на проект за консервация и социализация, финансиран с европейски средства през 2014 година<sup>12</sup>. Извършена е цялостна консервация на археологическите структури, създадена е алейна мрежа с осветление, няколко къта за отгих и пикник зони, летни сцени на открито. Изграден е и Посетителски център при входа на крепостта.

**Публичен образ на обекта.** Късноантичната и средновековна крепост Тууда също се ражда на присъствие в онлайн среда. Фейсбук страницата „Крепост Тууда – Сливен Tuida Fortress“ е създадена през юли 2014 г. и към днешна дата има почти 4000 последователи, които получават актуална информация за събития, археологически проучвания, както и образи от крепостта. Принос в това отношение има и интернет страницата<sup>13</sup> на крепостта, която е подразделение на страницата на Община Сливен. Там е представена подробна информация за историята на крепостта, галерия от видео- и фотоматериали, информация за входни такси, работно време, указания за достъп.

Една от особеностите в публичния образ на сливенската крепост Тууда е принадлежността ѝ към организацията EXARC – глобална мрежа от специалисти в сферата на експерименталната археология, древните технологии и интерпретацията<sup>14</sup>. Към 2021 г. крепост Тууда е един от

constructed exhibition narrative in Tuida fortress. It is close to its south-eastern corner, where stone objects are on display on an open ground: column bases, capitals, cornices and carved stone fragments. In the composition aspect, the function the Lapidarium performs is predominantly aesthetic and marks the end of the visitors' route.

One of the complementary elements that plays an important introductory role in the exhibition narrative that unfolds inside Tuida fortress is the site plan. Its purpose is to form an initial idea and to help visitors find their way around the fortress. That information board shows the most important places; it also contains information that is not adequately edited for tourist use. For example, the information about the number of seats in the Summer Theatre, and the several clarification that the facility is 'dismountable' written in the description of various stages at different places on the exhibition ground. At the same time, there is no information concerning the administrative building location, the Late Antiquity basilica and the corner fortification towers of the fortress. That way, nearly all the focus is on the tourist infrastructure (picnic areas, benches, gazebos) constructed under an European project in 2014, with much less attention given to the archaeological heritage.

The physical reconstructions are another key element of the narrative about the past of the fortress. Right in front of the main entrance to Tuida, visitors can see a scale model of the fortress exhibited as an open-air object. There are several reconstructions of medieval siege machines: catapults, battering rams, ballistae located close to the information centre. They are all elements used to visually present the past, and compensate for certain defects in the description texts.

The character of the site allows for the archaeological excavations performed there to be included as part of the presentation about the history of the place. They are in the north-western fortress sector, close to the administrative building, and bring to light new fact about the life in the fortress in the 9th-11th century<sup>11</sup>. Since the excavation works are performed in

<sup>12</sup> Проект BG161PO001/3.1-03/2010/028 „Пътуване през времето, във времето и с времето – интегриран проект за развитие на природни, културни и исторически атракции и туристическа инфраструктура в Сливен“ е осъществен с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Регионално развитие“ 2007–2013 г., съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.

<sup>13</sup> „Тууда – късноантична и средновековна крепост“ // Община Сливен, <https://tuidacastle.sliven.bg/bg/> (26.11.2021).

<sup>14</sup> EXARC е и афилирана организация към Международния съвет на музеите (ICOM). Виж: EXARC I About us, <https://exarc.net/about-us> (28.10.2021).

<sup>11</sup> „Разкопките на крепост Тууда за сезон 2021 г. приключиха“ // Сливен Нем, <https://new.sliven.net/sys/news/index.php?id=376928> (26.11.2021).



Ланидариумът в крепостта Туида, 2020. © И. Великов.  
The Lapidarium in Tuida fortress, 2020. © I. Velikov.



Баннистерият със защитно покритие в крепостта Туида, 2020. © И. Великов.  
The baptistery and its protection shelter in Tuida fortress, 2020. © I. Velikov.

трите български институционални членове на организацията и единственият реален археологически обект сред тях<sup>15</sup>. Принадлежността на обекта към тази общност спомага за повишаването на неговата видимост в международен план и отваря възможности за взаимодействие с други институции, свързани както с научно-проучвателска дейност, така и с цел социализация и привличането на нови публики.

\*\*\*

<sup>15</sup> Останалите български организации членове на EXARC представляват обекти с атракционен характер: Археологическият парк „Тополница“ при с. Чавдар, както и „Исторически парк“ при с. Неофит Рилски.

the area visited by tourists, they add to the story and reveal elements of the research work that are in most of the cases hidden for the eyes of non-professionals.

An important feature of the narrative about Tuida fortress presented to its visitors is the sneaking absence of the Middle Ages. It is indeed obvious from the information boards and from the nature of the exhibited structures that the focus is on the Late Antiquity period, when the fortress foundations were laid. The reason is in the brevity of the information on the site (in the cases when the chronological frames are written on the boards, they show the time the structures were first built) and the history of the fortress construction.

**Infrastructure.** Its nature is supplementary again; nevertheless, it does play a certain role in the process of perceiving the presentation narrative. The tourist infrastructure of Tuida fortress is mainly a result of a conservation and socialisation project that received European funding in 2014<sup>12</sup>. It included a complete conservation of the archaeological structures, pathways with lights, a number of resting places and picnic areas, and open-air summer stages. The Visitor Centre at the fortress entrance was also part of that project.

**The public image of the site.** Tuida Fortress from the Late Antiquity and the Middle Ages also enjoys online attention. The Facebook page „Крепост Туида – Сливен / Tuida Fortress“ was created in July 2014. Up till now, it has nearly 4000 followers receiving updated information about events, archaeological research and images of the fortress. The fortress website<sup>13</sup> also plays a role; it is part of the website of Sliven Municipality. The detailed information given there tells about the fortress history, offers a gallery of videos and photographs, and informs about entrance fees, work hours and instructions how to go there.

One of the special things in the public image Tuida fortress in Sliven has is that it is part of the EXARC glob-

<sup>12</sup> Project BG161PO001/3.1-03/2010/028 'Journey through Time, in Time and with Time – integrated project for the development of natural, cultural and historical attractions and tourist infrastructure in Sliven' was implemented with financial support from the Regional Development Operational Programme 2007 – 2013 co-funded by the European Union through the European Fund for Regional Development.

<sup>13</sup> „Туида – късноантична и средновековна крепост“ // Община Сливен, <https://tuidacastle.sliven.bg/bg/> (26.11.2021).

Сравнението между елементите, които в своята единност представят експозиционен разказ за миналото на всяка от крепостите, показва както прилики, така и разлики в подхода при изграждането му. Общите моменти са представени както от особеностите на обектите – разказ за отбранителната система, за всекидневието, за религията – така и от възприетите идентични подходи за разгръщане на наратив на открито. Най-често това се случва чрез използването на информационни табла с визуални и текстови елементи, планове на укреплението, реконструкции.

Регистрираните разлики в приложените подходи засягат най-вече вида на използваните съоръжения за визуализация на наратива. В Червен в по-голяма степен е застъпено присъствието на информационни табла с по-изчерпателни текстове и образи, а като допълнение – и на QR-кодове, които да позволят на посетителя да зареди виртуално съдържание, което не може да бъде показано на място. От своя страна, Туида предлага повече физически възстановки и умалени модели – макет на крепостта, възстановки на средновековни бойни съоръжения.

### Заключение

Изграждането на цялостен експозиционен наратив в пределите на разкрити археологически структури е предизвикателство, чието изпълнение е в голяма степен лимитирано от физико-географските и хронологическите особености на дадения обект. Наблюдението на терен при два археологически обекта с осигурен туристически достъп, чиято тематика е посветена основно на периодите на късната Античност и Средновековието, показва редица сходства и установени практики при експонирането и презентирането на разказ за наследството на показ. В същото време все по-осезаема е необходимостта от разширяване на инструментариума от средства за разгръщане на по-детайлен наратив, постижим със средствата на дигиталните технологии, които биха могли да допринесат за „обживяване“ на миналото.

al network of professionals in experimental archaeology, ancient technologies and interpretation<sup>14</sup>. In 2021, Tuida fortress is one of the three Bulgarian institutions that are members of the organisation, and of all three, it is the only real archaeological site<sup>15</sup>. The membership of the site in that community makes it better visible in foreign countries, and enables possibilities to cooperate with other institutions active in research work and in socialisation aiming at attracting new audiences.

\*\*\*

The comparison of the elements the unity of which presents an exhibition narrative about the past of each of the fortresses shows similarities and differences in the approach taken to construct it. The common moments are predetermined by the nature of the sites: a story telling about the defence system, the day-to-day life and the religion, as well as by the identical approaches implemented in unfolding an open-air narrative. The most used method is information boards with visual and text elements, fortress plans and reconstructions.

The registered differences in the approaches that are used are related above all to the type of narrative visualisation carriers. In Cherven, the degree of use of information boards is larger, the texts give more details and images, and also QR codes that enable visitors to download virtual contents that is impossible to display on the site. Tuida, in its turn, offers more physical reconstructions and scale models – a model of the fortress and reconstructions of medieval war machines.

### Conclusion

It is a challenge to construct a complete exhibition narrative within sites with excavated archaeological structures. The possibilities to meet that challenge are largely limited by the physical, geographical and chronological characteristics of the site. The field observations of two archaeological sites accessible for tourists the thematic scope of which is above all con-

<sup>14</sup> EXARC is also an organisation affiliated to the International Council of Museums (ICOM). See: EXARC | About us, <https://exarc.net/about-us> (28.10.2021).

<sup>15</sup> The other Bulgarian organisations that are members of EXARC are attraction sites: Topolnitsa Archaeological Park by Chavdar village, and the Historical Park by Neofit Rilski village.

**Искрен Великов, д-р**  
уредник в отдел „История на България  
XV – XIX век“

Регионален исторически музей – Русе  
пл. „Княз Александър Батенберг“ 3  
7000 гр. Русе, България  
iskren.velikov@gmail.com

## Литература / References

**Бацова-Костова, Елена 1964.** Нови археологически материали от Сливен. – *Археология*, № 2, 52–58.

**Борисов, Борис 2015.** Новите археологически проучвания на ранновизантийската и средновековна крепост Туида в Сливен – един провален проект. – *Епохи*, т. 23, кн. 1, 19–29.

**Димова, Виолета, Соня Георгиева, Виолета Нешева, Йордан Заимов, Димитър Иванов, Никола Ангелов, Петър Вълев 1985.** *Средновековният Червен. Т. 1. Цитаделата на града.* София: Издателство на БАН.

**Дремсизова-Нелчинова, Цветана, Димитър Иванов 1983.** *Археологически паметници в Русенски окръг.* София: Център за пропаганда, информация и печат към Комитета за култура.

**Иванов, Даниел 2020.** *Крепости и укрепления, използвани през Средновековието в Западна България. Възможности за експониране и социализация. Автореферат на дисертация за присъждане на ОНС „доктор“.* София: Софийски университет „Св. Климент Охридски“.

**Йорданов, Стоян 2019.** *Средновековният Червен.* Русе: Русе Прес.

nected to the Late Antiquity and the Middle Ages reveal many similarities and established practices in exhibiting and presenting a heritage story on display. At the same time, there is a growing need to increase the variety of tools used to unfold a more detailed narrative achievable through digital technologies that could be used to “give life” to the past.

**Iskren Velikov, PhD**

Curator, “History of Bulgaria 15<sup>th</sup>-19<sup>th</sup> century”  
Department Rousse Regional Museum of History  
3, Knyaz Aleksandar Battenberg square  
7000 Rousse, Bulgaria  
iskren.velikov@gmail.com

**Ненов, Николай 2016.** *Общуване с наследството. В търсене на музейни траектории.* Русе: ИИК „РОД“.

**Раковски, Георги 1983.** *Съчинения в четири тома. Т. 1. Поезия, проза.* София: Български писател.

**Сираков, Николай, Веселин Изнатов 2020.** *Археологически проучвания на антична и средновековна крепост Туида. – В: Археологически открития и разкопки през 2019 година.* София: Национален археологически институт с музей, 879–881.

**Шкорпил, Карел 1914.** *Опис на старините по течението на река Русенски Лом. Материали за археологическата карта на България.* София: Царска придворна печатница.

**Щерева, Ирина, Красимира Вачева, Дочка Аладжова-Владимирова 2001.** *Туида – Сливен, 1. Разкопки и проучвания, XXVIII.* София: Gal-Iko.

**Kanitz, Felix 1875.** *Donau Bulgarien un der Balkan.* Leipzig: Verlagsbuchhandlung von Hermann Fries.

**Velikova, Svetlana, Velina Zhekunova 2021.** *Church No. 16 in the Western Confines of the Outer Town of Medieval Cherven. – Contributions to Bulgarian Archaeology, vol. 11.* Sofia: National Institute of Archaeology with Museum at BAS (in print).

## Обучение в наследство: музейни помагала и образователни програми в регионалните исторически музеи в Русе и Сливен

Силвия Трифонова-Костадинова

**Резюме:** Учебните помагала и образователните програми утвърждават политиката на музеи по отношение на съхраняването и популяризирането на културното наследство. Те извеждат на преден план ключови моменти от развитието на местните общности и създават предпоставки за формирането на локална идентичност у подрастващите. Текстът проследява структурата и съдържанието в музейните помагала в контекста на образователните програми на регионалните музеи от Русе и Сливен. Подчертава се обвързаността на изданията с експозициите и местните наследства, които заедно подпомагат обучението на подрастващите в културно наследство.

**Ключови думи:** регионален музей, музейна педагогика, обучение в наследство, артефакт, комуникация

Помагалата за часовете по музейна педагогика в регионалните исторически музеи разгръщат широк спектър от теми, акценти и разкази, свързани с местните наследства на Сливен и Русе. Те са неизменна част от процесите за валоризиране на наследства и споделяне на знания и практики, в които локалното се легитимира чрез употребата на националния наратив и се вписва в контекста на регионалната/ балканската или европейската история. Помагалата отразяват онези същностни характеристики и специфики на местните общности, които ги открояват сред останалите, като едновременно с това съдействат за формирането на тяхната идентичност. Фокусът в презентацията на местните наследства попада върху ключови елементи от музейното повествование, които осъществяват трансмисия на институционалните послания, търсят диалог и провокират ге-

## Teaching Heritage: Museum Teaching Aids and Educational Programs in the Regional Museums of History in Rouse and Sliven

Silvia Trifonova-Kostadinova

**Summary:** The teaching aids and the educational programs support the museum's policy of cultural heritage preservation and promotion. They highlight key local community development moments, thus creating conditions for the young people to cultivate a feeling of local identity. The text describes the museum teaching aids structure and content in the context of the existing educational programs of the regional museums in Rouse and Sliven. It underlines the correspondence of the published teaching aids to the exhibitions and the local heritage; their combined use is very effective in teaching cultural heritage to the young people.

**Keywords:** museum, museum education, teaching heritage, artefact, communication

The museum education teaching aids in the regional museums of history cover a wide range of topics, highlights and stories related to the local heritage in Sliven and Rouse. They are always part of the processes of heritage valorisation and sharing knowledge and practice that legitimise the local through the national narrative and integrate it in the context of the regional/ Balkan or the European history. The teaching aids promote the nature and the specifics of the local communities distinguishing them among the rest and, on the other hand, strengthen their identity. The focus of the local heritage presentation is on key elements of the museum narrative that transmit institutional messages, try to make a dialogue and provoke a debate with the audiences, and all that makes the memory sites bright, polyphonous, different and unique (Трифонова-Костадинова 2021).

The memory institutions recognise the museum education teaching aids as one of the ways to interact with young people that yields long-lasting added values. Therefore, the development and use of such aids in Bulgaria has grown significantly in the recent years. An

бат с аудиториите, а това прави местата на памет пъстри, многогласни, различни и неповторими (Трифенова-Костадинова 2021).

Помагалата за заниманията по музейна педагогика са един от възможните и осъзнати от институциите на паметта начини за взаимодействие с погростващите, който дава своите добавени стойности в дългосрочен аспект. По тази причина през последните години разработването и употребата на този тип помощни материали у нас значително се увеличи. Все повече музеи създават, показват и използват помагала при работата с участниците. Това улеснява комуникацията, разгръща потенциала на експозиционната среда за учене и преживявания, а научните хипотези получават различни интерпретации. От 2009 г. досега Регионалният исторически музей – Русе създава 12 помагала, които подпомагат образователната му програма. В Сливен от 2019 г. досега разработват две помагала и активни карти за тематичните занимания.

**Структура на помагалата.** Концепцията за помощните материали е изградена на базата на адаптиране на научните постановки и експозиционните решения спрямо възрастовите възприятия на участниците. Учебните помагала имат ясна и опростена структура, която позволява самостоятелна работа в експозиционните пространства на двата музея. Текстовете са кратки, фрагментирани, много често и визуално открити, посредством възможностите на графичния дизайн (цветове, шрифтове, полета). Така създадената организация на книжните тела съдейства за по-лесното и правилно осмисляне на информацията и коректно разчитане на смислите, заложи в различните задачи.

Учебните помагала на музеите в Русе и Сливен са цветни и богато илюстрирани. Те съдържат снимки, карти, схеми, представят макети и възстановки, които провокират любопитството и формират интерес към разнообразните форми на местно наследство. Визуалният материал има за цел да онагледява, от една страна, богатството от съхранени артефакти, а, от друга – да улесни погростващите в процеса на „изследване“ на ек-

increasing number of museums create, show and use teaching aids in their work with the participants. That way, the communication becomes easier, the learning and experiencing possibilities offered by the exhibition environment become larger, and the research theories get various interpretations. Since 2009, the Rouse Regional Museum of History has produced 12 teaching aids supporting its educational program. Two teaching aids and active maps for thematic classes have been made in Sliven since 2019.

**Teaching aid structure.** The teaching aid concept is based on research results and exhibition designs adapted to the participants' age-specific perception capabilities. The teaching aid structure is clear and simple so that it allows independent work in the museum exhibition spaces. The texts are short, fragmented and often visually highlighted by graphic design solutions (colours, fonts, boxes). That book design helps the easier and more correct understanding of the information and the accurate interpretation of the meanings integrated in each task.

The teaching aids in the museums in Rouse and Sliven are richly decorated in colour. They have photographs, maps, diagrams and present models and reconstructions that trigger curiosity and build interest in the various forms of local heritage. The purpose of the visual material is to visualise, on the one hand, the wealth of preserved artefacts and on the other hand, to guide the school children in the process of “exploring” the exhibition spaces. That turns the aids into guidebooks giving instructions how to explore and learn more about the exhibitions. While searching for objects on the *Treasure Hunters' Map* in the building of the Rouse Museum of History, the children learn in detail the location and the themes of the museum rooms, follow the exhibition chronology, build a mental link between historical periods and their presentation, and make references to other museum units. Knowing the room location (Prehistory, Sexaginta Prista, Yatrus, Spirituality) makes it easier to search for objects from the Middle Ages, the Antiquity, or the Modern Age. The teaching aid about the Thracians in the museum in Sliven encourages the children to identify objects important for that period by making a thematic reference to the corresponding exhibition. The strategy of

позиционните пространства. Така помагалата се превръщат в своеобразен водач – ръководство за изучаване и опознаване на изложбените площи. Търсейки предмети от *Картата на търсачите на съкровища* в сградата на Историческия музей в Русе, пограстващите се запознават детайлно с разположението и тематиката на залите, проследяват последователността и хронологията на експониране, създават мисловна връзка между периодите и тяхното представяне, правят препратки към други музейни обекти. Знанието за местоположението на залите (Праистория, Сексагинта Приста, Ятрус, Духовност) улеснява търсенето на вещи от Средновековието, Античността, Новото време. В помагалото, посветено на траките, музеят в Сливен провокира децата да откриват ключови за времевия отрязък предмети, като ги съотнасят тематично към съответната експозиция. Стратегията за търсене и намиране на експонати създава предпоставка за получаване на трайни знания и усвояване на умения за наблюдаване, проучване, извличане на информация, преценка, анализ, формиране на хипотеза и аргументация при изпълнението на поставените задачи.

Регионалните музеи в Русе и Сливен използват сходни похвати за работа при структурирането на част от помагалата – те включват **персонализирани водачи**, които осъществяват комуникацията с пограстващите. От „първо лице“ е музеоложки и интерпретативен метод, при който от страниците на работната тетрадка личност от местната история въвлича участниците в заниманията от образователната програма. Така се постига достоверност, скъсяване на дистанцията между музея и потребителите, привнасят се елементи на близост, приключение, игра, разговор. Римският воин Марк Улний Виктор е ключов персонаж от „Археологическата тетрадка“ – учебно помагало на Русе от 2011 г. Неговото име е познато на археолозите от каменен жертвеник, открит в храма на Аполон на римската крепост „Сексагинта Приста“. Марк Улний превежда участниците в „тайнствения свят

looking for and finding objects helps to form lasting knowledge and to learn observation, research, information deduction, assessment, analyses, hypothesis creation and reasoning skills while performing the tasks.

The regional museums in Rouse and Sliven use similar methods in structuring some of the teaching aids: they integrate **personalised guides** that communicate with the children. The ‘first person singular’ is an interpretation method in museology using a local history person who “communicates” from the pages of the work notebook and leads the participants in the educational program sessions. That is a way to achieve credibility, to make a bridge between the museum and the users, to add elements of closeness, adventure, game and conversation. The Roman soldier Marcus Ulpius Victor is a key character in the *Archaeological Notebook*, a teaching aid in Rouse since 2011. His name became known to the archaeologists from a sacrificial stone unearthed in Apollo’s temple in the Roman fortress of Sexaginta Prista. Marcus Ulpius guides the students in the ‘mysterious world of archaeology’<sup>1</sup> across the Antiquity and the Middle Ages by the story about the Roman fortress on the Danube and the archaeological reserves of the Medieval Town of Cherven and the Ivanovo Rock Churches.

The Sliven museum made a work notebook the leading character in which is Seuthes, ‘son of Teres, king and priest of the Thracians’<sup>2</sup>, a guide in the journey through time. The museum has chosen Seuthes to be the guide, as that way they make a link to the topic of the Valley of Thracian Kings and the treasures of the Thracian culture. The conversation approach that is used is a first person singular story. Methods of that kind are used for the museum visitor group of amateurs and children (Шаренкова-Тошкова 2012: 305). The teaching aids in the museums of Rouse and Sliven use characters the actual prototypes of whom can be seen in the archaeological evidences, thus adding credibility and achieving a higher level of trust with the users. The “communication” of Marcus Ulpius Victor and Seuthes with the young people is very casual; the friendliness and the relaxed communication are combined with

<sup>1</sup> From Marcus Ulpius Victor’s address to the participants in the museum activities.

<sup>2</sup> Part of Seuthes’s self-presentation in the workbook.

на археологията“<sup>1</sup> през Античността и Средновековието чрез разказа за римската крепост на Дунав, археологическите резервати „Средновековен град Червен“ и „Ивановски скални църкви“.

Музеят в Сливен създава работна тетрадка, в която главно действащо лице е Севт, „син на Терес, цар и жрец на траките“<sup>2</sup>, водач в пътешествието във времето. С избора на Севт за водач, музеят показва връзката с темата за Долната на тракийските царе и богатствата на тракийската култура. Използваният метод за разговор е разказване в първо лице, единствено число. Подобни подходи са предназначени за групата на не-специалистите и децата-посетители в музея (Шаренкова-Тошкова 2012: 305). В помагалата на музеите в Русе и Сливен се открояват образи, които имат своите реални прототипи според археологическите свидетелства, а това увеличава доверието и правдоподобността сред потребителите. Марк Улпий Виктор и Севт „общуват“ с пограстващите неформално, а близостта и свободната комуникация се допълват от възможността за себепредставяне на втория участник в игровия модел на обучение – детето. По този начин се постига откритост, диалогичност и доверие на включените в предстоящия работен процес. Персонажите на римския войник и тракийския владетел изпълняват две основни функции: информативна – като улесняват възприемането на теоретичните хипотези, и насочваща – подпомагат участниците в изпълнението на поставените задачи. Подобна неконвенционална форма на общуване разчупва музейната среда, която става динамична, отворена, приобщаваща.

В структурно отношение помагалата на музеите в Русе и Сливен предлагат завидно разнообразие. Съдържанието в част от помощните материали е организирано по различни теми. „Да открием Русе“ например съдържа множество мотиви от разказа за крайдунавския град и негово-

the possibility for self-presentation of the other participant in the role-based education – the child. That approach leads to openness and a free dialogue, and wins the trust of the participants in the forthcoming working process. The characters of the Roman soldier and the Thracian ruler perform two key functions: informative, because they facilitate the understanding of theoretical hypotheses, and guiding, because they help the participants in performing their tasks. That unconventional communication form breaks the stiffness of the museum environment, making it dynamic, open and inclusive.

In the structural aspect, the diversity the teaching aids used by the museums in Rouse and Sliven offer is noteworthy. In some of the teaching aids, the content is organised in groups of different topics. *Discover*



Корица на работна тетрадка „Пътешествие във времето: траките“, Сливен. © С. Трифонова-Костадинова. 'Journey across Time. The Thracians' working notebook cover, Sliven. © S. Trifonova-Kostadinova.

<sup>1</sup> Обръщение от името на Марк Улпий Виктор към участниците в музейните занимания.

<sup>2</sup> Част от самопредставянето на Севт от работната тетрадка.

то развитие през различни времеви отрязъци, визуално открити още на корицата. Така за читателя става ясно, че основният фокус в занятията по музейна педагогика са връзките на града в миналото и днес, архитектурата, имената на улиците, децата и грижата за тях преди и сега, природното многообразие по поречието на река Русенски Лом. Друга част от помагалата се подчиняват на различни антропологични категории. В книгата игра на музея в Русе „Предметите говорят“ са обособени рубрики, чийто акцент попада върху определени биографични моменти от живота на човека в периода на социализма – Детство, Война, Свободно време, Ние и светът. Това подпомага ориентирането на участниците в хронологията, типологията и характера на разглеждания период, откроява ключови промени и знакови събития в обществото през миналия век. Трета част от помощните материали за пограстващи съдържат в себе си разработени лайт-мотиви, подчинени на спецификата на конкретна музейна дейност. Отделните сегменти съставят и допълват общата рамка на помагалото. По този начин е конструирана „Археологическата тетрадка“, насочена към теренните проучвания на местните археолози. Тя обединява отделните аспекти от извършените изследвания и достигнатите научни знания. Такива са заниманията за римски монети, богове, българските букви и цифри, средновековен Червен, скалните манастири. Всяка една от посочените теми е в основата на отделно музейно занимание. В своята комплексност те изграждат и доразвиват представите за формирането на местното наследство и показват неговата значимост днес.

Има помагала, чиято организация е подчинена на годишния цикъл от музейни активности – част от репертоарната политика на музея. Пример е „екоМузейно помагало“ от Русе. Изданието съдържа няколко обучителни модула за четирите сезона и всеки един от тях се фокусира върху значимо събитие. Например 1 април е Международният ден на птиците, а 29 юни е Международният ден на река Дунав, които имат пряка връзка с конкретна музейна дейност, разгръщана

Rousse, for example, contains numerous motifs of the story about this place on the Danube and its development in various periods of time that are highlighted even on the front cover. That helps the reader to understand that the main focus of the museum education sessions is the links the town had in the past and today, its architecture, the street names, the children and the care for them earlier and now, and the natural diversity along the Roussenski Lom River. Other teaching aids cover different anthropological categories. The *Objects Tell Stories* game book contains several sections each of which is related to a specific moments of a person's life in the socialist period: *Childhood, War, Free Time, We and the World*. That way, it is much easier for the participants to cope with the chronology, the typolo-



Персонализирани водачи за музейните експозиции, Сливен. © С. Трифонова-Костадинова.

Personalised guides for the museum exhibitions, Sliven. © S. Trifonova-Kostadinova.

В съответната тематична експозиция в „Еко-музей с аквариум“. Така се изгражда системност в презентацията на местното наследство, установяват се връзките с локалните общности и културните пейзажи, важна част от осмислянето и остойностяването на природните гадености, както и за развитието на подхогите за работа с публики. „И ако предметният свят на музея е неговото богатство като колекции, то създаването на контекст за вписване на разказа чрез предмети и приканване на публики да се включат в разказа, се превръща в богатство от изграждане на нови отношения с посетителите – местни, преминаващи, туристи, такива, които се завръщат“ (Бокова 2020: 61). По този начин експозицията оформя и синтезира в себе си образа на града и региона като колоритен, неповторим и последователно изграждан във времето и пространството. Така Екомузеят, неговите диорамы, разкази, ресурси и инструменти за работа с аудитории съчетават „многогласието в представяне на общочовешки значимото, но с акценти и върху „дунавското“, локалното и регионалното като природни места и обживени места“ (Бокова 2020: 65).

Част от помощните материали на двата музея имат различна от обичайно познатите и използвани формати визия. Музеят в Сливен например създава активни карти (с формат на карти за игра). Те са малки, удобни, а отговорите на поставените задачи се нанасят направо върху тях. Подобен начин на конструиране на помощните материали е подходящ, тъй като излиза извън рамките на конвенционалните помагала – повечето от тях са малка книжка или работна тетрадка, познати на децата от училището и препраща към вече известни форми на забавления с познати изрови елементи<sup>3</sup>. Активните карти имат за цел не толкова да информират, колкото да реконструират спомена за преживяванията на участниците в експозиционните зали и знани-

gy and the nature of the period in focus, as the highlight is on key changes and iconic social events in the previous century. The third group of teaching aids for school students contain leitmotifs related to the nature of different museum activities. The teaching aid framework contains different segments. That is the structure of the *Archaeological Notebook* offering information about the fieldwork of local archaeologists. The notebook shows different aspects of the exploration work that has been performed and links that work to the research knowledge obtained through it. This is the type of classes dwelling on the Roman coins, gods, the Bulgarian letters and digits, the Medieval Town of Cherven, and the rock monasteries. Each of these topics is covered in a special museum class. In their complexity, they construct and upgrade the ideas of the way the local heritage was formed, and reveal its significance today.

Some of the teaching aids are organised around the yearly cycle of museum activities as part of the museum repertoire policy. One of them is the *Ecomuseum Teaching Book* from Rouse. It contains a number of educational modules related to the four seasons, and in the centre of each of them is a significant event. For example, April 1<sup>st</sup> is the International Bird Day, and June 29 is the International Danube Day that is directly related to a specific museum activity happening in the exhibition space on a corresponding theme in the Ecomuseum with Aquarium. That way, the local heritage presentation is based on a systematic approach; furthermore, this approach connects the local communities and the cultural landscapes that are a major element in the appreciation and appraisal of the natural setting, and promotes the work with audiences. 'And if the world of objects a museum has is its wealth as collections, to create a context allowing object-based integration in the narrative and to invite audiences to participate in the story becomes a wealth of constructing new relations with the visitors, regardless of whether local, passers-by, tourists, or people revisiting the museum' (Бокова 2020: 61). That way, the exhibition shapes and integrates the image of the town and the region: colourful, unique and systematically developed in time and space. The Ecomuseum, its dioramas, stories, resources and the tools it uses to work with audi-

<sup>3</sup> Децата разпознават картите, например от игри като „Черен Петър“, които са едни от първите, с които малкият човек се сблъсква или карти, които съпътстват други настолни игри.

ята за процеси и предмети, посредством поредица от въпроси и отговори. Информационните листове за периодите на Праисторията, Средновековието, Античността и Модерността, които прави русенският музей, пък са под формата на дупляна<sup>4</sup>. Разгъвайки отделните части, участниците се изправят пред разнообразни по своя характер занимания и провокации, в основата на които е изгровият модел на общуване. Информационните листове са практични средства за приближаване на участниците към целите и идеите, заложи в образователните програми. Те поставят рамки, но дават и свобода на погротстващите в опознаването и комуникирането с изложбените пространства.

Съществен елемент от структурата на помагалата по музейна педагогика са образователните задачи. Те се характеризират с разнообразие от теми и подходи за взаимодействие с местните наследства на Русе и Сливен. Помощните материали предизвикват децата да търсят отговори, да откриват артефакти, да възпроизвеждат получени вече знания, да изказват хипотези, да правят анализи въз основа на придобит в музея опит, да създават модели на експонати и да реконструират такива, да общуват с експозиционните текстове. Задачите в музейните помагала могат да бъдат обособени в следните няколко групи.

**Задачи за откривателство.** Една от обичайните игри в музея в Русе е „Търсачи на съкровища“. Подраствашите получават карта с фотографии на артефакти, които трябва да намерят в експозиционните пространства на Историческия музей. Предизвикателството е един много добре премислен и работещ модел за изучаване на отделни предмети зад витрината – за да разпознаеш правилния, трябва да си се докоснал до останалите. Тук е важна не само срещата с вещния свят на музея, но и четенето. Анонатиите в повечето случаи остават невидими за подраствашите, тъй като се схващат от тях за не особено атрактивно четиво. Текстове

<sup>4</sup> Това е формат, който е необичаен за училище и предполага неформална комуникация.



Мотив „Тракийско погребение“, Сливен. © С. Трифонова-Костадинова.

Thracian burial motif, Sliven. © S. Trifonova-Kostadinova.

ences combine ‘the polyphony of presenting what is universally important yet placing in the limelight the “Danubian”, the local and the regional as natural sites and places saturated with life’ (Богова 2020: 65).

The vision of some of the teaching aids used by the two museums is different from the commonly used formats. The museum in Sliven, for example, has created active cards (in the shape of playing cards). They are small in size, convenient, and the answers to the tasks is marked right on them. This shape is suitable for teaching aids because it goes beyond the conventional teaching aid frames - a booklet or a notebook in most of the cases that kids know from school, and builds associations with familiar entertainments and game elements<sup>3</sup>. The purpose of the active cards is not

<sup>3</sup> The children know the cards from, for example, games like ‘Go Fish’ – one of the first games they learn – or from cards used in other table games.

В занимания като „Търсачи на съкровища“ обаче са необходими, за да могат правилно да бъдат идентифицирани показаните изображения. Откривателството като начин за опознаване на изложбените площи използва и Историческият музей в Сливен. На страниците на помагалото, посветено на траките, са показани съгове, които участниците в заниманията трябва да обозначат с имената им и да впишат на съответните места. Подобни по типология задания се срещат и в „Археологическата тетрадка“ и „Екомузейното помагало“ на музея в Русе.

**Задачи за конструиране.** През 2019 г. русенският музей създава книга-журнал с облекла, характерни за различни обществени прослойки. Всяка страница на помагалото е разделена на няколко части по хоризонтала, като сегментира грехите на отделни елементи. Задача на участниците е да съоблят листите по начин, който да визуализира типичен образ с неговото характерно облекло, например военна униформа, традиционна носия на жените, градска рокля. При заниманието може да се комбинират части от различни облекла – мъжко – женско, селско – градско, което да предизвика усмивки при работата, но има за цел да възпроизведе вече получени от децата знания в часовете по музейна педагогика. Дори чисто случайното съвпадение на елементи при работата с книгата-журнал постига своята образователна цел – да покаже как се обличат хората в Русе в края на XIX и началото на XX в. В помагалото на музея в Сливен учениците имат за задача да свържат точки в тяхната последователност, а модела на полученото изображение да открият в експозиционните зали. Създаването – изрисването, конструирането, на предмета по неговите контури и допълнителните въпроси към заданието, свързани с описанието на материалите и функциите, подпомагат погръстващите в правилното разчитане на експозицията като едновременно с това стимулират тяхното любопитство и интерес.

**Задачи за реконструиране.** В информационния лист за периода на Средновековието участниците в музейните занимания имат за задача

so much to give information; they are designed above all to reconstruct the participants' memories from their experiences in the exhibition rooms and their knowledge of processes and objects by using a series of questions and answers. The information sheets on Prehistory, the Middle Ages, the Antiquity and the Modernity made by the Rousse museum are shaped like leaflets<sup>4</sup>. When the participants unfold the separate sections, they face various activities and challenges based on game communication. The information sheets are a useful tool to bring the participants closer to the educational program goals and ideas. They put frames, indeed, but on the other hand, they give freedom to the youngsters in exploring and communicating with the exhibition spaces.

The educational tasks are a very important structural element of the museum teaching aids. They offer diverse themes and methods to interact with the local heritage of Rousse and Sliven. The teaching aids challenge the kids to look for answers, to discover artefacts, to reproduce information they have already learned, to formulate hypotheses, to make analyses based on their museum experience, to create models or reconstructions of objects, and to communicate with the exhibition texts. The museum teaching aid tasks can be grouped in several categories:

**Discovery tasks.** *Treasure Hunters* is one of the best-loved games in the museum in Rousse. The children get photographs of artefacts that they should find in the exhibition places of the Rousse museum. This challenge is a very carefully designed model of exploring objects in the showcase: you can identify the right object only after you see all the others. The important thing here is not only the contact with the world of museum objects; reading is also essential. The object labels remain, in most of the cases, "invisible" for the students, because they do not consider them to be something attractive to read. In activities such as the *Treasure Hunters*, however, these texts should be read so that the images can be correctly identified. The Museum of History in Sliven also uses discovery as a method of exploring the exhibitions. The teaching aid covering the Thracians contains images of pots that the

<sup>4</sup> This format is not usual for schools and suggests informal communication.

да довършат контурите на средновековен съд и да го оцветят по подобие на показания елемент. Заданието провокира наблюдателността на участниците, развива усета им за изучаване на детайлите в техните форми и цветове, като предизвиква и възстановяване на пригодни представи за това как изглеждат подобни експонати зад витрина. Последователността и награждането на получени знания е целенасочено търсена от музейните педагози. В работилницата по средновековие децата реконструират макет на глинен съд от посочения период. Същият модел на работа се наблюдава и в музея в Сливен, където участниците в тематичната работилница „Малък реставратор“ възстановяват реплики на глинени съдове, фрагментирани от музейния реставратор. В помагалото те трябва да довършат рисунка с тракийска амфора по задания в упражнението модел.

**Задачите за работа с текстове** се характеризират с голямо разнообразие от възможности за приобщаване на пограстващите към експозиционните пространства и за активна комуникация с артефактите. Един от често използваните начини за употреба на вече получените знания е попълването на гуми в кратки тематични текстове. В „екоМузейното помагало“ например трябва да се допишат пасажи, в които част от фразите липсват. За успешното изпълнение на заданието се използват информационните табла и постери в изложбените зали или наученото от децата от разказа на музейния педагог. Така стават ясни детайли за гнездовите колонии при птиците, за есетровите риби и тяхното значение, установява се връзката между царския орел, лалугерите и човека. В помагалото на музея в Сливен участниците реконструират текстове за всекидневния живот на траките, занаяти, изкуство и военни стратегии. Активните карти също провокират пограстващите да възстановяват смисловата цялост на отделни фрагменти, като използват овладения вече терминологичен апарат. Участниците получават завършен вариант на текст, съобразен с техните възможности за възприемане, осмис-



Активни карти, Сливен. © С. Трифонова-Костагинова.  
Active cards, Sliven. © S. Trifonova-Kostadinova.

participants should identify and write their names by the side of the images. The *Archaeological Notebook* and the *Ecomuseum Teaching Book* have similar tasks.

**Construction tasks.** In 2019, the Rousse Museum made a journal showing clothes typical for various social groups. Every page of this teaching aid is split into several horizontal parts, thus segmenting the clothes to various elements. The participants' task is to assemble the sheets so that a typical character wearing specific clothes is visualised – a military uniform, for example, a traditional women's costume or an urban dress. Parts of different clothes can be combined in that activity: clothes of men and women, or countryside and urban clothes. That makes people smile, but the idea is that information the children have learned in the museum education classes is reproduced. Even a completely unintended match of elements in the magazine activity reaches its educational goal – to show what people's clothes were like in Rousse in the late 19th and the early 20th century. The task set in the teaching aid in the Sliven museum is that the students connect a sequence of dots with lines, and to use the image they get to identify its model in the exhibition rooms. The process of creation – drawing or constructing the image of an object by its contour – and the additional questions in the task related to describing the materials and the functions help the students to correctly interpret the exhibition, provoking meanwhile their curiosity and interest.

ляне и възпроизвеждане.

Играта с думи или части от тях е често срещан подход в музейното помагало на сливения музей. Участниците могат да разместват и свързват срички, за да открият важен процес, явление или предмет, кодиран в заданието, могат да комбинират букви, с които да получат отговор на зададен въпрос, да намират кодирани зад числа термини, да изписват името на тракийски владетели, скрити в „магически“ решетки.

Основните дейности в помагалото „Предметите говорят“ например се базират на непосредствена работа с текстове. Изданието съдържа снимки на вещи и разкази на дарители, конструирани едноименна изложба в Историческия музей в Русе, която е пример за съучастие на публиките в музейната работа (Ненов, Трифонова-Костадинова 2019). В случая работата със съдържанието притежава множество добавени стойности: стимулира четенето на мемориални текстове, които са специфичен и малко познат за участниците тип повествование, но позволява придобиване на знание от първоизточника; подпомага процесите на изучаване на текстовите фрагменти – открояване на детайли, осмисляне, проучване и анализиране на представената информация; описание на визуалния материал и изграждане на хипотези, които дават ценност на показаната вещь и съпътстващата я история, формиране на представа за отделни компоненти и характерни особености на споделеното и съотнасянето му към определен отрязък от посочените времеви граници от времевата лента в края на учебното помагало.

**Задачи с предмети и термини.** Това са едни от най-използваните игрови форми в помощните материали на музеите. Те са следствие от организацията на експозиционните пространства и фокусират вниманието върху ключови за местната общност артефакти и наименованията, свързани с тях. Част от непознатите думи намират своето значение в хода на изпълнение на конкретна задача. Когато говори за облеклото през тракийската епоха, сливеният музей въвежда определен набор от термини, които освен тра-

**Reconstruction tasks.** The task set in the information sheet on the Middle Ages asks the students to finish the contours of a vessel from the Middle Ages and to colour it like a sample element included in the task. This task engages the participants' observation skills, develops their sense of detail, shape and colour, and also brings back to their minds the memory of what such objects in the showcases look like. Following a certain sequence and upgrading existing knowledge are results that are purposefully pursued by the museum educators. In the Middle Ages workshop, the kids reconstruct a model of a clay pot from that period. A similar method is used also in the Sliven museum. The participants in the Young Restorer workshop restore clay pot replicas fragmented by the museum restorer. Their task in the workbook is to finish the drawing of a Thracian amphora, looking at the model given in the task.



Корица на Археологическа тетрадка, Русе © С. Трифонова-Костадинова.

'Archaeological Notebook' cover, Rousse. © S. Trifonova-Kostadinova.

диционната дефиниция, получават и визуализация на съответната страница – така, както биха изглеждали на реалното си местоположение върху грехата. Работата с конкретно изображение впоследствие (оцветяване например) подпомага децата в усвояване на значението на непознатата до този момент дума. В активните карти части от въоръжението на тракийските войни трябва да бъдат открити зад витрините, а техните названия – записани на посочените места. Иновативните начини за работа с артефактите, които предлагат учебните занимания, съдействат за правилното ориентиране в изложбените зали и усвояване на определено ниво на знания за вещния свят в различни времеви отрязъци. Така в помагалото „Предметите говорят“ игровите предизвикателства улесняват опознаването и стимулират работата чрез примери от местното наследство, съхранени в музея.

Адаптирането на научните текстове и терминологичния апарат към възможностите на крайните потребители е осъзната необходимост и за двата музея. Наличието на музейни педагози съдейства за правилния „превог“ на експозиционните послания и успешното взаимодействие с наследството, което се трансформира в инструмент за създаване на връзки с минало, което е необходимо и днес (Бокова 2021). Тази обвързаност между „тогава“ и „сега“ очертава параметрите на културните взаимовръзки, както между поколенията, така и между институциите на паметта и местните общности. Активното общуване с публиките и многообразието от вещи и разкази, предпоставят трансформирането на музея в диалогично пространство, което променя статичността на предметния свят, остойностява и създава богата палитра от интерпретации, необходими за вярното разчитане на музейните послания.

### **Предметно ориентиран подход**

Често в центъра на помагалата за часовете по музейна педагогика е поставен предметът. Той въвлича посетителите във вещния свят на музея като осъществява трансмисия между

**The text tasks** offer a huge variety of possibilities to make the exhibition spaces attractive for the children, and to actively communicate with the artefacts. A frequently used approach to activate newly acquired knowledge is to fill in words in short thematic texts. In the Ecomuseum Notebook, for example, they have to finish paragraphs by filling in missing parts of phrases. To complete the task successfully, the children can use the information boards and posters in the exhibition rooms, or remember what they have learned from the museum educator's story. That way, they learn details about bird nesting colonies, about sturgeon fish and their significance, about the connection between the imperial eagle, the ground squirrel and man. The tasks of the teaching aid in the museum in Sliven asks the participants to reconstruct texts on Thracians' daily life, crafts, art and war strategies. The active maps also challenge the youngsters to restore the completeness of the meaning of separate fragments by using the terminology they already know. The result is a completed version of a text that corresponds to the participants' capabilities to perceive, comprehend, and reproduce texts.

Word plays or games with word parts is a frequently used method in the teaching book of the museum in Sliven. The participants can displace and connect syllables in order to come to an important process, phenomenon or object encoded in the task; they can combine letters to find the answer to a question, or find terms encoded by numbers, and write the names of Thracian rulers hidden behind 'magic' bars.

The main activities in the *Objects Tell Stories* teaching aid, for example, are based on direct work with texts. The book has photographs of objects and stories of donors, who have constructed an exhibition under the same title in the museum in Rouse. That exhibition is an example of audiences co-participating in the museum work (Ненов, Трифонова-Костадинова 2019). In this case, the work with the content has many added values. It encourages the reading of memorial texts – that type of narration is specific and barely familiar to the participants, but it gives the opportunity to learn something from the source. On the other hand, it is useful in the text fragment learning processes: detail differentiation, understanding, reading and analysing

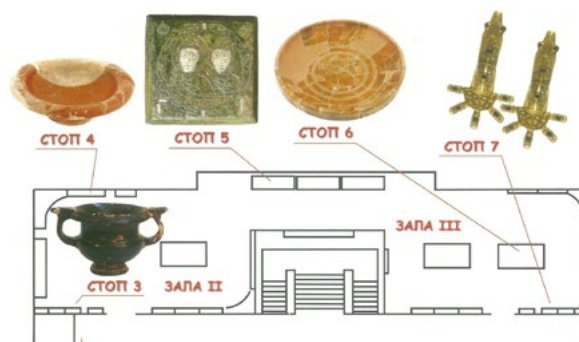
минало и настояще, посредством пъстра палитра от разкази, илюстриращи културната взаимовръзка между аудиториите и формите на местни наследства. Артефактите са ценни не само и единствено в своята съвкупност да визуализират богатството от музейни колекции, но и с тяхната „свидетелската позиция“, която ги превръща в изключително важен елемент от повествованието и дава възможност да се представят публично реално случилите се събития (Ненов 2018: 13). В помощните материали на музея в Сливен могат да бъдат видени едни от най-красивите и в същото време представителни за институцията предмети. Там са показани златни фиали, пръстени, печати, златни и сребърни ритони, изящно изрисувани цилиндрични съдове, червенофигурна керамика с божествени сюжети, метални произведения с релефни изображения, символи и елементи, представящи практики и ритуали за съответния период. Тук е и изображението на златната маска на Терес, открита от археолога г-р Георги Китов в тракийска могила край гр. Шипка, определена за археологическо откритие на десетилетието в кампанията „Чудесата на България“ на вестник „Стандарт“. Експонатът сякаш легитимира разказа на музея за разширяване на територията, условно наречена „Долината на тракийските царе“, заради многобройните свидетелства и паметници, илюстриращи тракийската култура. В една от последните страници на помагалото дори са поместени информационни текстове за значимите тракийски съкровища в България – Вълчитрънското, Рогозенското и Панагюрското. Снимките показват в детайли умението на майсторите и прецизната и изящна изработка на отделните елементи върху съдовете. Описват се също частите от облеклото на тракийските воители и тяхното въоръжение, бойни колесници, пишно украсени култови предмети и фрагменти от цветно изрисувани стенописи.

В цялостната си презентация музеят в Сливен разгръща разказ за магнетичен свят на съкровища, представя елитарна култура, която формира повествованието за богатото наслед-

information, visual material description and creation of hypotheses that add value to the exhibited object and its story, creating an idea about individual elements and special features of what has been shared and correlating it to a fragment of the specified time slot in the time frame at the end of the teaching aid.

**Tasks with objects and terminology.** These are the most widely used learning games in the museum teaching aids. Their fundament is the way exhibition spaces are organised, and pin the attention on key local community artefacts and the names related to them. The meaning of some of the new words is found while the task performance is in progress. When mentioning the clothes in the Thracian period, the Sliven museum has introduced a set of terms that get the traditional definition complemented by a visualisation on the corresponding page, showing exactly the way they would look on their right place on the clothes. Working with a specific image later (colouring, for example) helps the children to learn the meaning of a word that is not familiar to them. The task in the active cards is to identify elements of the Thracian warrior weapons in the showcases and write their names on the specified place. The innovative approach to working with artefacts offered by the educational activities helps the children to find their way in the exhibition rooms and to acquire a certain pool of knowledge concerning the world of objects in various time slots. In *Objects Tell Stories*, for example, the game-based challenges facilitate learning and active participation by using local heritage objects kept in the museum.

Both museums recognise the need to adapt re-



Предметно ориентиран подход за работа, Русе.

© С. Трифонова-Костадинова.

Object-oriented working approach, Rousse.

© S. Trifonova-Kostadinova.

ство на региона и уникалността на археологическите открития<sup>5</sup>. Чрез активните карти участниците имат възможност да се превъплътят в ролята на тракийски владетели и да разкажат за себе си, както „прави“ това огриският владетел Терес I, основал първото тракийско царство. Подрастващите описват модата, прическите и украшенията на дамите от онова време от изображения на червенофигурна керамика от експозицията на музея. В тематичните занимания участниците изписват името си с гръцки букви върху златни пръстени, търсят в изложбените зали предмети, принадлежали на знамен тракиец, погребан в гробницата в с. Калояново, описват „безценни находки, открити в богати тракийски погребения в Сливенско“ – златна маска, златен венец, бронзова хигрия. В помощните материали не липсват обяснения за отделните прослойки от обществото, организацията на всекидневния начин на живот на траките, отглежданите земеделски култури и съответните тематични задачи към тях, но те са значително по-кратки и по-малобройни в сравнение с демонстрацията на забележителните археологически открития. Подходът за очертаване на региона около Казанлък и Сливен като съкровищница на богато общество с елитарна култура, безспорно се дължи както на ценните находки в музея, така и на желанието за обвързването им с други подобни открития. Материалите от теренни изследвания обхващат преобладаващата част от експозиционните площи на централната сграда, не само заради златото и накитите,

<sup>5</sup> „Покойният д-р Георги Китов направи уникални открития около Сливен, с които градът ни влезе в световните новини. Бяха открити две златни маски, два сребърни ритона, златни фиали, златен пръстен на тракийски владетел и неговото име, което беше абсолютно неизвестно за науката, сребърни приложения. От наследницата на д-р Китов Диана Димитрова бяха открити знатни погребения, златен венец, много накити и бронзови съдове. Казано по друг начин, сградата в центъра да се превърне в археологически музей, по-скоро – музей на тракийското изкуство“. – Интервю на д-р Н. Сиракон, директор на РИМ – Сливен пред в-к „Стандарт“ от 16 октомври 2016 г., [https://www.standartnews.com/mneniya-intervyuta/qotvim\\_muzeen\\_kompleks\\_ot\\_naynovopokolenie-344444.html](https://www.standartnews.com/mneniya-intervyuta/qotvim_muzeen_kompleks_ot_naynovopokolenie-344444.html) (05.12.2021).

search texts and terminology to the end user capabilities. The presence of museum educators is very useful for the correct “translation” of the exhibition messages and for the successful interaction with heritage that we still need today (Богова 2021). The close link between “then” and “now” outlines the parameters of the cultural interrelations between the different generations and also between the memory institutions and the local communities. The active communication with the audiences and the large variety of objects and stories predetermine the museum’s transformation into a space of dialogues where the stillness of the world of objects is altered to make room for a wide range of interpretations needed for the truthful decoding of museum messages.

### Object-oriented approach

The object is often the core of museum education teaching aids. It drives the visitors in the object word of the museum, and functions as a transmission between the past and today with its bright palette of stories that illustrate the cultural interrelations between the audiences and the local heritage forms. The value of artefacts is not only their capability, when aggregated, to visualise the splendour of museum collections, but also their “capacity of witnesses” through which they become a critical element of the narrative and make a public presentation of real events possible (Ненов 2018: 13). The teaching aids of the museum of Sliven show some of the most outstandingly beautiful objects that are at the same time the most representative artefacts of the institution. There are images of golden phialae, rings, seals, gold and silver rhytons, cylinder vessels with exquisite decoration, red figure pottery decorated with divine images, metalwork with relief images, symbols and elements that present practices and rituals from the period they were made. Here one can see the image of Teres’s golden mask found by the archaeologist Dr. Georgi Kitov in a Thracian mound by the town of Shipka. It was the archaeological find of the decade in the ‘Wonders of Bulgaria’ campaign of *The Standard* newspaper. That object seems to be the legitimizing evidence of the museum’s story about expanding that Valley, called ‘The Valley of Thracian Kings’ on account of the numerous objects and monuments

открити през последните 14 години, но и заради престижното място, което заема археологията в момента. Тя придобива все по-голяма популярност и атрактивност, а нейните достижения са обект на мащабни презентации и дискусии, както сред научната общност, така и сред медиите. „Този специфичен интерес към археологическата материалност, част от културното наследство, е свързан с идеите за това как тя материализира миналото и националната памет и е основен инструмент в западната модерност, който произвежда материалността на нацията, част е от академичната конструкция на/за гревността, която се вписва в дискурса на историята, източника на енергия, съзнание и фундамент на нацията. Ето защо паметниците, извадени на бял свят от археологията, заемат важно място и в живота на българското общество“ (Лазова 2010). Този стремеж за съизмерване с популярната и престижната за нашата съвременност част от историческото познание, дава своя отпечатък и върху помощните учебителни материали.

Помагалата на русенския музей показват предмети от Всекидневието в различни времеви отрязъци. Артефактите не се характеризират с бляскавост и неповторимост – тяхната задача е да очертаят последователност в разказа за развитието на града и региона от гревността до днес. Вещният свят през Античността залага на предмети, с образи на божества, монети с образи на римски владетели, характерно бойно въоръжение на легионерите от „Сексагинта Приста“, кораби и части от керамични съдове – амфори. Фотосите на експонати от страниците на помагалата обрисуват достиженията на Римската империя в областта на търговията и културата и възхода на римските провинции по поречието на Дунав. Тяхното значение днес е припознато от местните общности и от научните среди – кандигатурата на Долнодунавския римски лимес е част от Предварителния списък на Световното културно наследство на ЮНЕСКО от 2016 г.

Вещите от страниците на помагалата на русенския музей чертаят моменти, свързани с ма-

illustrating the Thracian culture. On one of the last pages of the museum aid, there are information texts about the largest Thracian hoards found in Bulgaria: the hoards of Valchetran, Rogozen and Panagyurishte. The photographs show in detail the artisans' skills, and the magnificent delicate elements on the vessels. Furthermore, there are descriptions of the Thracian warriors' costumes and weapons, the war chariots, cult objects with exuberant decoration, and fragments of colour frescos.

The entire presentation of the museum in Sliven tells a story about an alluring world of treasures produced by a sophisticated culture that forms the narrative of rich regional heritage and unique archaeological discoveries<sup>5</sup>. Using the active cards, the participants can play the roles of Thracian rulers and introduce themselves, the way that is “done” by the Odrysian ruler Teres I, founder of the first Thracian kingdom. The students describe the fashion, the ladies' hairstyles and adornments from that time as shown in the red figure images on the pottery in the museum exhibition. In the thematic sessions, the participants learn to write their names in Greek letters on golden rings, search around the exhibition halls for objects that belonged once to a Thracian nobleman buried in the tomb by Kaloyanovo village, and describe ‘priceless objects unearthed on rich Thracian burial sites in Sliven region’ – a gold mask, a gold wreath, and a bronze hydria. The pages of the museum aids give descriptions of the different social strata, explain the Thracians' daily life and the crops they cultivated; the descriptions and explanations are related to thematic tasks that are much shorter and smaller in number compared to the demonstration of the noteworthy archaeological discoveries. There is

<sup>5</sup> ‘The late Georgi Kitov made unique discoveries around Sliven that were the reason for our town to be in the world news. The unearthed objects included two gold masks, two silver rhytons, gold phialae, a gold ring of a Thracian ruler with an inscription of his name – completely unknown by researchers by that time – and silver decorative attachments. Diana Dimitrova – Dr. Kitov’s successor – discovered aristocratic burials, a gold wreath, numerous adornments and bronze vessels. In other words, the building in the centre should become an archaeological museum, or rather a museum of Thracian art.’ Interview given by Dr. N. Sirakov, Director of the Sliven RHM, before the Standard newspaper on 16 October 2016, [https://www.standartnews.com/mneniya-intervyuta/gotvim\\_muzeen\\_kompleks\\_ot\\_naynovo\\_pokolenie-344444.html](https://www.standartnews.com/mneniya-intervyuta/gotvim_muzeen_kompleks_ot_naynovo_pokolenie-344444.html) (05.12.2021).

териалния напредък и духовното израстване на населението край Дунав. Фрагмент от кана, покрита с глазура от XIII в., сграфито паница и каничка от XIV в., свещник, чаша от медна ламарина, стремена, свидетелстват, че средновековният Червен е значимо занаятчийско средище. Част от местните жители са земеделци, други – търговци<sup>6</sup>. Макет на църква, икони, летописен паметник са сред вещите от помагалата, посредством които пограстващите се запознават с част от шестнадесетте храма на територията на града, фрагменти от фрески, които са изложени и в сградата на музея. Подбраните артефакти илюстрират значението на крепостта като важен културен и религиозен център на Второто българско царство със седалище на митрополит. Предмети като детско столче за хранене, кутия за масло и кутия за шапки са емблематични за времето и въвличат в различен свят, в ново време – периода на Модерността. Краят на XIX в. и началото на XX в. бележат промяна в начина на живот на хората в градовете у нас. Тогава по Дунав навлиза нов модел на всекидневен начин на живот, който трайно се установява в светоусещанията на българите. Поместените в тематичните помагала предмети визуализират промяната в установените ред и възприятия на домодерния човек и разгръщат нови категории, през чиято призма се съизмерват трансформациите в обществото – погрехбата на дома, реорганизацията на времето, модата в облеклото и техническият напредък. Познавателното съдържание в помагалата е инспирирано от досега с вещите в музея, които представят сигурна основа за разгръщане на образователните програми в музея.

„Предметите“ – от помагалото „Предметите говорят“ на музея в Русе, оживяват чрез своите „малки“ истории – различни, лични, понякога емоционални, всички те в своята комплексна цялост рисуват житейски картини от периода на XX в., според концепцията, заложена в проек-

<sup>6</sup> *Описанието е според текст от задача за участниците в часовете по музейна педагогика в информационния лист, посветен на Средновековието.*



Книга-журнал със задачи за конструиране на облекло на различни обществени прослойки, Русе. © С. Трифонова-Костадинова.

Construction tasks in a clothing style book about the clothes of different social strata, Rousse. © S. Trifonova-Kostadinova.

no doubt that the approach of presenting the region around Kazanlak and Sliven as a treasury area of a wealthy society of sophisticated culture is unquestionably due to the valuable objects in the museum and the

ма<sup>7</sup>. Така от помагалото пограстващите разбират за всекидневието на своите връстници през социализма, когато детските изграчки са били средство за пропаганда – кукли, облечени като чавдарчета и пионерчета; за мечтата да получиш „жълт автомобил“ от Дядо Мраз; за невъзможността да похарчиш парите от собствената си касичка, защото са били необходими за купуване на грехи; за трудния гостъп го сувенири, поради което се налага да си ги правиш сам, както е в историята с мечето Миша – символ на Олимпийските игри в Москва от 1980 година<sup>8</sup>. Така от страниците на помагалото участниците в музейните занимания научават за телеграмите като средство за комуникация, за технологичното развитие – транзистор (мобилен радиоапарат), грамофон и грамофонните плочи като начин за забавление, за газените лампи и времето, когато липсата на електрически ток е обичайно състояние. Наглед обикновените вещи, ситуирани в изложба, конструират свършено непознат и неразбираем свят, който трудно би могъл да бъде осмислен от пограстващите без разкази, които да предизвикват любопитство и интерес. „Използваме историите, за да осмислим света ... именно чрез историите се сблъскваме с нови гледни точки, които променят начина, по който мислим и се чувстваме“ (Faherty 2019). Непосредственото общуване с артефактите от едноименната експозиция и историите от помагалото, предпоставят по-пълното възприемане на информацията, както и формиране на лични позиции и условия за изграждане на преценки и

desire to relate them to other similar discoveries. The objects found during fieldwork dominate in the exhibition areas of the central museum building not only because of the gold and the jewellery excavated in the recent 14 years, but also because of the prestigious status archaeology is currently enjoying. Its popularity and attractiveness keep growing, and its achievements are the theme of large-scale presentations and discussions in the research communities and in the mass media. 'This specific interest in the archaeological materiality that is part of the cultural heritage is connected to the ideas that it materialises the past and the national memory, and is a key instrument producing a nation's materiality in the western modernity; it is an element of the academic construction of/about Antiquity that fits in the discourse of history – the source of the nation's energy, consciousness and fundament. That is the reason why the monuments archaeology unearths have an important place in the Bulgarian society' (Лазова 2010). The aspiration at benchmarking against the aspects of the historical knowledge that are popular and prestigious in our world has given its imprint on the museum teaching aids.

The teaching aids of the museum in Rousse show daily objects from various time slots. The artefacts are not valued on account of their glamour and uniqueness; their function is to outline the sequence in the development narrative of the town and its region from ancient times until today. *The World of Objects in the Antiquity* shows things bearing images of deities; coins with the images of Roman rulers; the specific weapons of the legionaries from Sexaginta Prista; ships and fragments of amphorae. The photographs of objects shown on the teaching aid pages visualise the attainments the Roman Empire had in culture and trade, and the prosperity of the Roman provinces on the Danube. Their significance is recognized today both by the local communities and by the research community: the Roman Limes on the Lower Danube was included in the UNESCO Tentative List of World Cultural Heritage in 2016.

The objects in the teaching aids of the Rousse museum tell about the material progress and the cultural growth of the population by the Danube. A fragment of a 13th century glazed pitcher, a 14th century sgraffito bowl and a sgraffito jug, a candlestick, a copper sheet

<sup>7</sup> Проектът „Предметите говорят“ русенският музей реализира през 2017 г. с финансовата подкрепа на Общинска фондация „Русе – град на свободния дух“. Неговата цел е да конструира и визуализира историята на Русе от периода на ХХ в. посредством изложба от дарения. Задължително условие е всеки от предметите да притежава история, свързана с неговата поява, употреба или значение за хората, на които е принадлежал. По проекта бе създадено и едноименно помагало за часовете по музейна педагогика.

<sup>8</sup> „Това мече е изработено от татко ми в местната работилница. При нас на село няма как да дойдат такива важни неща – играчки, сувенири, затова татко ми го направи за мен. Изработил го е от глина и го е опекар. Само аз имам такова мече от Олимпиадата в Москва“. (К. К., р. 1980 г.).

анализи от страна на потребителите при изпълнения на нарочните казуси от музейния час.

Учебното помагало „Предметите говорят“ се опитва да развива уменията да търсиш, да намираш и да създаваш истории на експонатите. Едно от заданията изисква пограстващите да опишат въображаема вещ, скрита в раница, като използват определен набор от указани въпроси, които подпомагат описанието. Така по забавен начин участниците в тематичното занятие започват да конструират свои собствени разкази, в които открояват важното, значимото, любопитното или онова, което ще предизвика размисъл, чувство, диалог с околните. В същата рубрика „говорещи предмети“ помагалото изисква децата да нарисуват своята любима вещ и да разкажат нейната история. Така освен пространства за наблюдение, експозициите се превръщат и в територии за активен диалог, създаване на интерпретации и споделяне на знания и умения посредством разказване. Такъв тип умения за разказване се разгръщат обстойно и в помагалото, посветено на живота и делото на Свети патриарх Йоаким I, където участниците гледат истории по сцени от фрагменти на стенописите на Ивановските скални църкви, поместени в изданието.

### Образователни програми

Образователната програма на Всеки музей отразява неговите културни политики. Това е важен процес, който предпоставя адекватна комуникация с аудиториите, разширява кръга от възможни интерпретации, инспирирани от експозиционната среда, установява устойчивост на музейните послания и изгражда механизми за успешно общуване с формите на местно наследство. През последните две десетилетия все повече и все по-често се говори за ролята и значението на институциите на паметта по отношение на обучението на публики. В музеите има възможност за съчетаване на теоретични постановки с активно включване и пълноценно преживяване от страна на потребителите. Образователните програми са гъвкави по от-

cup, and stirrups are evidences that Cherven was a large centre of crafts. Some of the local people were merchants, others were land farmers<sup>6</sup>. A scale model of a church, icons, and a chronicle are some of the objects included in the teaching aids that inform the youngsters about some of the sixteen town churches; fragments of frescos in them are exhibited in the museum. The selection of artefacts illustrates the significance of the fortress as a key cultural and church centre, with bishop's headquarters, in the period of the Second Bulgarian Kingdom. Objects like a baby highchair, a butter box and a hat box are iconic of their time and lead to a different world, to a new period: Modernity. The late 19th century and the early 20th century marked a change in the urban lifestyle in Bulgaria. The Danube brought a new daily lifestyle that found its permanent place in the worldview of the Bulgarians. The images published in the thematic teaching aids visualise the change that happened in the established pre-modern man's order and concepts, and reveal new categories through which the social transformations can be gauged: furniture, rescheduled time, clothes fashion, and technical progress. The informative teaching aid content has been inspired by the contact with the museum objects seen as a solid base for museum education programs.

The objects in *The Objects Tell Stories* teaching aid of the Rousse museum become alive through their 'little' stories: different, personal, sometimes emotional, they all, in their entirety, portray life in the 20th century in compliance with the project concept<sup>7</sup>. From that teaching aid, the children learn about the daily life of their peers in the socialist period, when the toys were a propaganda tool – dolls dressed like members of the socialist children's organisations; about the dream to get "a yellow car" from Uncle Frost, about the impossi-

<sup>6</sup> This description is part of the text of a task in the information sheet on the Middle Ages given to the participants in the museum education classes.

<sup>7</sup> The project *Objects Tell Stories* was implemented by the museum in Rousse in 2017 with financial support from Rousse – Free Spirit City Foundation. Its purpose was to construct and visualise the 20th century history of Rouse on the basis of an exhibition of donated objects. Each object had to have a story about the way it had appeared, about its use or about its significance for the people it once belonged to. A teaching aid under the same name for the museum education classes was published under the project.

ношение на подходите и средствата, които използват. Те употребяват налични вече ресурси или създават нови, съобразно нуждите на аудиторията, с която се работи. Тази тяхна агаптивност позволява на институцията да реагира навременно на промените в търсенията и очакванията на публиките и същевременно да следи трансформациите на заобикалящата среда, с която трябва да се конкурира за вниманието на посетителя. Програмите за работа с подрастващи са неформален метод за обучение, който изгражда последователни връзки от знания за обекти, процеси и явления (Steward 2017). Образователните програми са сложни системи, които изискват ясни идейни концепции, правилно формулирани послания, систематично управление на информационните потоци и периодичен мониторинг, за да могат да работят според очакванията на техните създатели. По тази причина тяхното създаване включва широк кръг от специалисти, които да разгърнат по адекватен начин възможните аспекти от музейната работа. Обикновено това са уредници в различни области – Археология, Етнография, Възраждане, Нова история, Природа, Връзки с обществеността, музейни педагози. Специалистите в отделните сфери на историческата наука извеждат на преден план фокуса в музейното обучение, като акцентират на онези ключови и значими за съответния период теми и артефакти, които са със съществено културно значение за местните общности и трябва да бъдат визуализирани и разказани. С помощта на музейните педагози информацията се адаптира спрямо възрастовите параметри на участниците в заниманията, а PR специалистите създават стратегии, дефинират методологии и припознават платформи за споделяне, според характера на аудиторията, до която желаят да достигнат. Съвместната дейност на всички нива от специалисти предпоставя оформянето на качествени продукти за употреба, свързани с местното наследство. По този начин са конструирани образователните програми на музеите в Сливен и Русе.

Образователните програми на сливенския

bility to spend the money kept in your own saving-box because that money was needed to buy you clothes; about the access to gifts that was so difficult that you had to make your own gifts; like the story about Misha, the teddy bear that was the symbol of the 1980 Olympics in Moscow<sup>8</sup>. From the pages of the teaching aid the participants in the museum classes learn about telegrams as a communication instrument, about the technological development: portable radios, gramophones and gramophone records used for entertainment; about the gas lanterns and the time when power cuts were a normal phenomenon. Seemingly common objects situated in an exhibition construct a completely unknown world that is impossible to understand and hard for the children to imagine without stories that activate their curiosity and interest.

'We use stories to make sense of the world...it is through stories that we encounter new perspectives that change how we think and feel' (Faherty 2019). The immediate communication with the artefacts in the exhibition under the same title and the stories described in the teaching aid help the users to better understand the information and create conditions for them to structure their personal views and analyses when working on the cases in the museum education classes.

The *Objects Tell Stories* teaching aid trains the skills of searching for, finding and creating stories about the objects. One of the tasks asks the students to describe an imaginary object hidden in a backpack, using a set of guiding questions. That method makes it fun for the participants in the thematic class to start constructing their own stories and to highlight what is important, significant, curious or what will trigger reflection, a feeling or a dialogue with the others. The 'speaking objects' section of the teaching aid gives tasks to the children to draw their best-loved object and to tell its story. That way, along with being spaces for observation, the exhibitions become places for story-based active dialogues, interpretations and sharing of knowledge and skills. Skills of the same type are also covered in detail in the teaching aid dedicated to the life and work

<sup>8</sup> 'This teddy bear was made by my father in the local workshop. It is impossible to get such important things as toys and souvenirs in our village, so my dad made it for me. He made it of clay and baked it. I was the only child that had that bear from the Moscow Olympics.' K., born 1980.

музей са предназначени за деца от различни възрастови групи и се разгръщат във всички експозиции - очаква се това да стане и в сградата на първата държавна текстилна фабрика след нейното реновиране. Тяхната цел е „да се разшири взаимодействието между музея и образователните институции, да се приобщят младите към българската история и култура и да се формира у тях емоционално отношение към културното наследство“<sup>9</sup>. Пълноценното провеждане на часовете се възлага на музеен педагог. Условно образователните модули могат да бъдат обединени в три групи: археология и реставрацията, етнография и ваканционни занимания.

Музейното образование по археологията и реставрацията включва модулите „Пътешествие във времето“ и „Тематични работилници“. Първият обхваща три теми - „Пътешествие във времето. Траките“, „Общество и всекидневен живот на траките – Вярвания и ритуали; траките воители“ и „Културно наследство на траките. Значими тракийски съкровища“. Основните дейности се разгръщат в експозицията „Памет от вековете“ на музея в Сливен. Погравстващите се запознават с изложбените пространства, презентиращи артефакти и разкази, свързани с археологията, след което се реализират поредица от игрови модели. Заниманията от тази група обхващат и реставрационната и консервационната работа в музея – младите хора получават фрагменти от глинени съдове, които сглобяват по подобие на оригиналния експонат.

Етнографските образователни дейности включват модули „Творчески работилници“ и „Традиционна култура“. Участниците в занятията работят по различни теми:

Кукерска маска – в рамките на ателието децата изработват маски по подобие на автентичните, чиито прототипи изучават детайлно в часовете по музейна педагогика. По този начин участниците се докосват до традициите на локалните общности, анализират същността на маскарадната обредност и вписването в

of the St. Patriarch Joachim I: the participants build stories based on fragments of the scenes painted on the walls of the Ivanovo rock churches shown on its pages.

### Educational programs

Every museum's educational program is a reflection of its cultural policies. That is an important process that predetermines adequate communication with the audiences, enlarges the scope of possible interpretations inspired by the exhibition environment, makes the museum messages sustainable and creates tools for successful communication with the local heritage forms. In the recent decades, there has been a lot of talk about the role of the memory institutions and their significance in the process of audience education. Museums can combine for their users theory, active involvement and enjoyable experience. The educational programs are flexible in terms of the methods and tools they use. They resort to existing resources or create new ones to match the needs of the audience they work with. Their adaptivity lets the institution respond on time to the changing demands and expectations of their audiences and at the same time lets them keep track on the transforming environment with which it competes for the visitors' attention. The programs oriented to working with students are an informal educational approach that builds a sequence of links between the information learned about sites, processes and phenomena, according to Steward (Steward 2017). Educational programs are complex systems that require clear concepts, correct messages, systematic information flow control and regular monitoring if they should perform to their creators' expectations. Therefore, they should be created by a wide range of professionals so that all possible museum performance aspects can be adequately developed. Usually, those people are curators in various fields: *archaeology, ethnography, the Revival Period, Modern History, Nature, Public Relations*, and museum educators. The professionals in the various fields of history lay the museum education focus on key topics and artefacts of a major cultural significance for the local communities in a certain period that need to be visualised and discussed. The museum educators help with adapting the information in accordance with the age parameters of the participants in the

<sup>9</sup> <https://museum.sliven.net/muzeino-obrazovatelni-programi> (15.11.2021).

традиционния годишен календар, запознават се със символиката на цветовете и материалите, от които се изработват, представят разказ за маскарадните игри в Сливенско.

Мартенска обредност – предава се знание за вярванията, обичаите и представите, свързани с Първи март, а дейностите включват изработване на мартеници.

Великденски празници – правят се великденски писани яйца, употребяват се различни техники за боядисване, представят се изобразяваните символни елементи.

Зимни календарни празници – изработване на сурвакници. Темата визуализира традиционните елементи, използвани за направата на сурвакници, в същото време провокира креативността на младите хора и дава поле за изява на тяхното въображение в рамките на традицията.

Модулет „Ваканция в музея” се разгръща във всички експозиции на музея и обхваща деца от различни възрастови групи. Всеки ден е тематичен и насърчава участниците да изучават различните форми на местно наследство чрез опознаване и ориентиране в музейните пространства посредством артефактите и разказите, които те носят. Многобройните изрови задачи провокират децата да съпоставят, да конструират, да търсят и да намират експонати като влизат в ролята на археолози, да създават художествени произведения от традиционни материали, като се опират на утвърдени в годините назад техники, да пишат върху пясък, да използват перо и мастило.

Заниманията от образователната програма на сливения музей се провеждат както през седмицата, така и в почивните дни, когато се организират тематични работилници. В навечерието на големи празници като Баба Марта, Великден, Нова година се правят ателиета, в които присъстващите получават знания за традиционната обредност и изработват предмети. Заниманията се случват в музея и извън него, понякога в по-малки населени места. Важна част от комуникацията с погростащите е училището. „Нашата идея беше да привлечем и максимално

classes, and the PR professionals develop strategies, define methodologies and identify sharing platforms adequate to the nature of the audience that should be reached. The collaborative work of professionals at all levels is a prerequisite to have quality products related to local heritage. This is the basis on which the educational programs of the museums in Rousse and Sliven have stepped.

The educational programs of the museum in Sliven are for children in various age groups and are developed in all exhibitions; hopefully, the process will also include the building of the first textile company in Bulgaria after its renovation. Their purpose is 'to expand the interaction between the museum and the educational institutions, to raise the young people's interest in the Bulgarian history and culture and to build in them emotional awareness of the cultural heritage'<sup>9</sup>. The classes are led by a museum educator. The educational modules can be provisionally grouped in three categories: archaeology and restoration, ethnography, and holiday activities.

The museum education in archaeology includes two sections: 'Journey across Time' and 'Thematic Workshops'. The first one covers three topics: 'Journey across Time. The Thracians'; 'Thracian Society and Lifestyle: Beliefs and Rituals; the Thracian Warriors', and 'Thracian Cultural Heritage. Important Thracian Treasures'. The main activities happen in the Memory of Ages exhibition in the Sliven museum. The students learn about the exhibition spaces where artefacts and archaeological stories are presented; next come a series of game-based sessions. The activities in this group include also museum restoration and conservation work; the young people are given earthenware pot fragments that they fit together like the original object.

The ethnographic educational activities include two sections: Creative Workshops and Traditional Culture. The participants in the classes work on different topics:

*Kuker's mask*; in the framework of this workshop, the children make masks imitating the authentic masks the prototypes of which they study in detail in the museum education classes. That helps the school children

<sup>9</sup> <https://museum.sliven.net/muzeino-obrazovatelni-programi> (15.11.2021).

да направим съпричастни учителите и затова се съобразяваме с учебното съдържание“<sup>10</sup>, споделя директорът на музея г-р Николай Сираков, когато представя помагалото, посветено на тракийската култура. При подготовката на книжното тяло се провежда семинар за учители „Музеят като образователна среда“, организиран от РИМ – Сливен и Регионалното управление на образованието в града през 2019 г. Става ясно, че преподавателите очакват образователните програми на културния институт да са свързани с учебния материал, да са съобразени с възрастта на учениците, както и да се засили визуалният елемент. „Нужни са и съдействието, мнението и желанието на учителите – хората, прекарващи най-много време с децата, които имат възможност ежедневно да ги наблюдават и да изградят реална и актуална представа за техните интереси“ (Пондалова, Маринова, Недялкова 2019: 126). Заданията са предварително употребени в работата с деца, което насочва създателите на помагалото как се възприема всяка една от идеите. Занятията се организират след предварителна заявка от преподавателите. Учителите използват музейните помагала, за да преподават урока си в музея. „Има заявки, идват учители и ние им даваме тези помагала и те ги ползват по време на техните занятия ... В музея учителите са тези, които водят заниманията, заедно с колегите. Учителите преподават и ползват нашата база“<sup>11</sup>.

Образователната програма „Русезнание“ на русенския музей е с различна организация и има 13-годишна история. Утвърдена е от Регионалното управление на образованието и Общинския съвет, предназначена е за свободно избираема подготовка в учебните заведения в града от 2008 г. Образователните дейности с подрастващи включват всички девет експозиции на музея чрез умело съобразяване и трансформиране на съвременните музейни подходи с локалната специфика на градското пространство, което позволява запазването и изучаването на тесните връзки с местните общности, приоритизиране на ха-

to be close to the local community traditions; they analyse the nature of the masquerade ritual and its place in the yearly calendar of traditions, learn about the symbols of colours and materials, and present a story about the masquerade games in Sliven region.

Rituals in March: the children learn about the beliefs and customs related to March 1; the activities include the production of *martenitsa*.

Easter holidays: the participants make decorated Easter eggs; they learn different decoration techniques and symbols.

Winter calendar feasts: the children make *survaknitsas*. This topic visualises the traditional elements used in making *survaknitsas*; at the same time, it challenges the young people's creativity and gives space for their imagination in the framework of the tradition.

The **'Holiday in the Museum'** module covers all exhibitions in the museum and includes children in different age groups. Every day follows a certain topic; the participants are encouraged to learn various heritage forms by learning their way around the museum spaces through the artefacts and the stories they carry. The numerous game-based tasks encourage the children to compare, construct, search for and find objects by assuming the roles of archaeologists; to create works of art using traditional materials and techniques; to write on sand; to use quills and ink.

The educational program activities of the Sliven museum are in the week; thematic workshops are organised in the weekends. Workshops are organised shortly before such big holidays like Baba Marta, Easter and New Year's Eve; the participants in them learn about the traditional rituals and make related objects. The classes are held in the museum as well as outside, sometimes in villages. School is a key element in the communication with the youngsters. 'Our idea was to attract teachers and get them as much involved as possible; that is why we take school programs into consideration'<sup>10</sup>, said the museum director Nikolay Sirakov when presenting the teaching aid on the Thracian culture. When the book preparation was in progress in 2019, then Regional Museum of History in Sliven and the Regional Education Office organised the 'Museum as an Educational Environment' workshop for teachers.

<sup>10</sup> Интервю с д-р Николай Сираков, юни 2020 г.

<sup>11</sup> Интервю с д-р Николай Сираков, юни 2020 г.

<sup>10</sup> Interview with Nikolay Sirakov, June 2020.



Между телеграма и твит-пост: помагало „Предметите говорят“, Русе. © С. Трифонова-Костадинова.  
'Between a Telegram and a Tweet', Objects Tell Stories teaching aid, Rousse. © S. Trifonova-Kostadinova.

рактерните особености на градската среда и извеждането на преден план на индивидуалната енергия и дух на жителите в миналото и днес.

Работата с помагалата се извършва единствено в музея и само от музейните педагози. „Ние не даваме на учителите да преподават в музея. Това е принципна разлика в музейната педагогика, защото учителят иска да си изнесе урока, но той го прави в училище и това, че сменя декора, не прави нищо различно в съдържанието“<sup>12</sup>. Съдържанието и разказите за миналото в институциите на паметта е подчинено преди всичко на проявленията на местното наследство. Докато учебните заведения предават знания, свързани с националната история, то музеите имат за задача да създават предпоставки за изучаване на местното и регионалното, а това е необходимо условие за формиране на чувство за принадлежност към общността. „Ние говорим за Сексагинта Приста уж, а всъщност говорим за Римската

It became clear at that event that the school teachers expected the cultural institution's educational programs to be related to the school material and to the age of the students, and to have a stronger visual element. 'We need the collaboration, the comments and the willingness of the teachers – the people who spend a long time with the children; they are with them every day and can build a realistic idea concerning their interests' (Пондалова, Маринова, Недялкова 2019: 126). The educational tasks were tested in actual work with children, which helped the authors of the teaching aid to know what response to each idea they could expect. The museum classes are organised on the basis of a request of the teachers. They use the museum teaching aids to teach their lessons in the museum. 'We receive the requests; the teachers come, we give them the teaching aids so that they could use them in their classes... The teachers lead the classes in the museum, together with our colleagues. They teach and use our resources'<sup>11</sup>.

*Rousse knowledge* is an educational program of the museum in Rousse. Its organisation is different, and it has been going on for 13 years. The program is approved by the Regional Education Office and the City Council. It has been offered as an elected course in the schools in Rousse since 2008. The educational activities with youngsters include all nine exhibitions of the museum. The modern museum methods are skilfully transformed and adapted to the local features of the urban space, thereby making it possible to keep and study the close connections with the local communities, to prioritize the specific features of the local urban environment and to highlight the individual energy and spirit of the inhabitants in the past and today.

The work with the teaching aids happens only in the museum, and only museum educators use these teaching aids. 'We do not let the teachers teach in the museum. This is a matter of the different principles of museum education; the teacher wants to teach his or her lesson, but that is what they do at school, and the fact that the setting is changed does not make the content different'<sup>12</sup>. The content and the stories related to the past in the memory institutions are based

<sup>11</sup> Interview with Nikolay Sirakov, June 2020.

<sup>12</sup> Interview with Nikolay Nenov, June 2020.

<sup>12</sup> Интервю с проф. Николай Ненов, юни 2020 г.

империя, т.е. за една от основите на човешката цивилизация. Говорим за древни неща от Русенската селищна могила, но всъщност говорим изобщо за началата на човечеството – онези познати места, откъдето тръгва човешката цивилизация<sup>13</sup>. Ето защо поради изтъкнатите причини работата в полето на историята на двете институции – музей и училище, трябва да бъде разграничена според приоритетите им. Разбира се те в голяма степен се допълват, благодарение на което младите хора ще получат пълноценно разбиране и за националния наратив, и за местното културно наследство.

Образователната програма на русенския музей се разширява постепенно и от четири модула през първата година от функционирането си, днес тя достига до 17 модула. Типологично те се обединяват от четири топоса, които са специфични за музея като институция – Музеология, История, Археология, Човек и природа.

Към топоса Музеология принадлежат два модула, които описват важни етапи от появата и функционирането на музея, очертават местни наследства и изграждат връзки със съвременността.

Акцентът в модул „Музей, експонати, колекции. Погледи към миналото“ попада върху начина, по който предметите постъпват в музея, как се съхраняват и какво ни разказват. Говори се за създаването на Русе и основните периоди в неговото развитие. Основно занимание е и игра с три предмета – глинен съд, гървено вретено и железен ключ. Със серия от насочващи въпроси младите хора описват артефактите, които в случая са ценни не само с конкретното си предназначение, но и с връзката, която осъществяват с митологията. „Предметите изграждат митологичната парадигма на Твореца в неговите хипостази – Ковач, Грънчар и Тъкач“ (Ненов 2010: 97).

Целта на модул „Музеят – склад на ценности, музеят – разказ, музеят – медия“ е да се покажат различните лица на музея и представянето му пред публиките. Децата говорят за съкровището от Борово, описват го и правят връзка с ценностите, съхранявани в институциите на паметта. Творческата задача изисква от пограстващите да конструират изложба като опре-

above all on the local heritage manifestations. While the educational institutions give knowledge related to the national history, the tasks museums have is to create conditions for the children to learn about the local and the regional, and that is a prerequisite for a sense of belonging to a community to be built. ‘We seem to be talking about Sexaginta Prista, while in fact we are talking about the Roman Empire, which was one of the fundamentals of the human civilisation. We are talking about ancient things from Rousse Tell, but in fact we are talking about the beginning of mankind in general – those familiar places wherefrom the human civilisation once started’<sup>13</sup>. Because of the reasons mentioned above, the work of the two institutions – the museum and the school – on the field of history should be differentiated in accordance with their priorities. They largely add to each other’s work, of course, and that will help many young people to have a full and adequate understanding of the national narrative and of the local cultural heritage.

The educational program of the Rousse museum is gradually growing, and from four modules in the first year of its functioning, now it has 17 modules. Typologically, they are grouped in four topoi that are specific to the museum as an institution: Museology, History, Archaeology, and Man and Nature.

The *Museology* topos includes two modules that describe important phases of the start and the functioning of the museum, outline local heritage and build connections to today.

The spotlight in the module ‘*Museum, Objects, Collections. Views of the Past*’ is on the way the objects reach the museum, on the way they are kept and on what they tell us. The module includes the story of the beginning of Rousse and the main periods of its development. The main activity is a game with three objects – an earthenware pot, a wooden spindle, and an iron key. The young people describe the artefacts by answering a series of guiding questions. The objects in this case are important not only because of their specific use, but also because of the link they make to mythology. ‘The objects construct the mythological paradigm of the Creator in His hypostases: Blacksmith,

<sup>13</sup> Интервю с проф. Н. Ненов, юни 2020 г.

<sup>13</sup> Interview with Nikolay Nenov, June 2020.

делят теми, нарисуват артефакти и прибавят анотации. Това подпомага процесите на адекватно възприемане на музейните територии, начина на експониране на предметите и възможните начини за тяхното представяне.

Топосът „История“ съдържа пет модула, които са изградени на принципите на интерактивността и провокацията, включват в себе си антропологически подход и боравят с устни истории.

Акцентът в модула „Кухнята на Калиопа“ попада върху периода на Модерността в края на XIX в. и нововъведенията, които навлизат в живота на русенци по Дунав. Те променят както облика на града, така и нравите и порядките във Всекидневието на неговите жители.

Модул „Предметите говорят“ насочва вниманието към артефактите от периода на XX в. и разказите, които те носят. Фокусът е върху предмети с истории, носители на памет, свързани с Русе.

Във фокуса на заниманието в модула „Страдание и спасение. Паметта за еврейските общности – гарант срещу омразата в обществото“ е изучаването на еврейските общности в градовете – празници, традиционни храни, Всекидневието. Разглежда се темата за Холокоста, спасяването на българските евреи и тяхната собствена гледна точка по темата.

Заниманието в модула „Маските на историята“ пренася към римската митология и оформя знание за римските божества с техните имена и изображения. Подрастващите получават знания за римското въоръжение чрез адаптирани сетове – шлем, броня, меч, щит и копие. Създадени за целта грехи и аксесоари от римско време превръщат участниците в легионери, императори и красиви римлянки. Амфори и макет на свод с дървена рамка допълват разказа за епохата и начина на строителство.

Заниманията в модула „Ломският отшелник“ се фокусират върху личността и делото на св. Йоаким I, който е провъзгласен за патриарх. Акцентът е върху културното и духовно възможване през Второто българско царство. Специално внимание се отделя на Ивановската скална обител и значението ѝ за утвърждаването и разпространението на православие по българските земи.

Топосът „Археология“ съдържа пет модула,

Potter and Weaver’ (Ненов 2010: 97).

The purpose of the module ‘*The Museum as a Treasury; the Museum as a Story, the Museum as a Media*’ is to reveal the different faces the museum has and the way it is presented to the audiences. The children talk about the Borovo treasure, describe it and make a link to the heritage kept in the memory institutions. The creative task for the participants is to construct an exhibition after they define its theme, draw artefacts and write labels. That task supports the processes of adequate understanding of the museum territories, of the exhibition design and of the possible ways of presenting the objects.

The *History* topos has five modules built on the principle of interactivity and challenge; they include the anthropological approach and work with oral stories.

The focus in the ‘Calliope’s Kitchen’ falls on the Modernity period in the late 19th century and the novelties that came to the lifestyle of the residents of Rousse because of the Danube. Those novelties transformed the way the city looked as well as the manners and the ways of its citizens.

The module ‘*Objects Tell Stories*’ is focused on the 20th century artefacts and the stories they carry. The limelight is on objects with stories that carry memories related to Rousse.

The activity in the module ‘*Anguish and Salvation. The Remembrance of the Jewish Communities – a Guarantee against Hatred in Society*’ is focused on learning about the Jewish communities in the cities: their holidays, traditional food and lifestyle. The theme is the Holocaust, the salvation of the Bulgarian Jews and their own perspective to that theme.

The activity in the ‘*Masks of History*’ refers to the Roman mythology, and builds knowledge about the Roman deities with their names and images. The children learn about the Roman weapons from adapted sets: a helmet, an armour, a sword, a shield and a spear. The Roman clothes and accessories created for the activity transform the participants into legionaries, emperors and pretty Roman women. Amphorae and a model of an arch with a wooden frame add to the story details about that the construction and other aspects of that period.

The activities in ‘*The Hermit from the Lom River Val-*

чието съдържание е изградено на основата на местни изследвания и търси връзка с емблематични места, културни пейзажи и обекти на наследството.

Модул „Дунавският Лимес в Североизточна България“ Включва образователна игра за римското наследство в Североизточна България. Заниманията препращат към образуването на провинция Мизия, основните легиони, действия на територията на България, техните печатни и крепости.

Образователното занимание в модул „Книга на крепостите“ препраща към наследството на средните векове – организацията на всекидневния живот, йерархическата определеност, културните практики и религиозните вярвания. Ползва се широкоформатна книга с авторски рисунки, които реконструират живота в средновековния град.

С помощта на карта в модул „Търсачи на съкровища“ пограстващите откриват артефакти от експозиционните зали. Целта е създаване на умения за извличане на информация от предмети, четене на експозиционни текстове и ориентирание в пространствата на музея.

В модул „Детективи на времето“ участниците влизат в ролята на археолози и на предварително подготвен терен откриват находки, които се опитват да датират и опишат в полева книга.

В модул „Българските букви и цифри“ целта е да се получат познания за писмените и визуални свидетелства, достигнали до нас при създаването на писмеността, за глаголицата и кирилицата, за начина на организация на българските средновековни книги.

Топосът „Човек и природа“ съдържа пет модула, подчинени на сезоните и кръговрата на живота, част от равновесието между хората и околния свят.

Модул „Водолюбиви птици“ е насочен към познание за видовете водолюбиви птици по поречието на Дунав и в останалата част на страната – видове, специфики, местообитания и грижа за колонии. Прави се разграничение между водоплаващи и водогазещи птици.

Заниманието в модул „Ледена епоха: изчезналите животни“ препраща към времето на праисторическите животни (мамути, мастодон-

ley’ give information about the work of St. Joachim I, who was elected patriarch. The focus is on the cultural and spiritual growth in the Second Bulgarian Kingdom. There is a special highlight on the Ivanovo rock monastery and its significance in spreading and establishing Orthodox Christianity in Bulgaria.

The *Archaeology* topos includes five modules based on local research, and makes links to emblematic places, cultural landscapes and heritage sites.

The module ‘*The Danube Limes in Northeast Bulgaria*’ includes an educational game about the Roman heritage in Northeast Bulgaria. The activities make references to the formation of the Moesia Province, the main legions that were active on the territory of Bulgaria, and their stamps and fortresses.

The educational activity in the module ‘*The Book of Fortresses*’ is related to the medieval heritage: the daily routine, the hierarchy, the cultural practices and religious beliefs. The teaching aid is a large-size book with copyright illustrations reconstructing the life in the medieval town.

A map included in the ‘*Treasure Hunters*’ module helps the children to discover artefacts in the exhibition rooms. The purpose is to develop skills to decode information hidden in objects, to read exhibition labels and texts, and to find their way around the museum spaces.

The participants in the ‘*Time Detectives*’ module assume the role of archaeologists; there is a ‘field’ prepared for them, where they find objects which they try to date and make a record in the field book.

The purpose of ‘*The Bulgarian Letters and Figures*’ is to teach the children about the existing written and visual evidences of the time when the writing was created, about the Glagolitic script and the Cyrillic alphabet, and about the way the medieval Bulgarian books were organised.

The *Man and Nature* topos includes five modules about the seasons and the circle of life as an element of the balance between people and the environment.

‘*Waterbirds*’ is a teaching module about the varieties of waterbirds along the Danube and elsewhere in the country: their types, characteristics, habitats and the care that should be taken about their colonies. The module teaches the difference between seabirds and

ти, пещерни мечки) и връзката им с природата в миналото и човека. Младите хора се докосват до науката палеонтология, строят къща от макети на мамутски кости.

Модул „Рибни“ насочва вниманието към видовете дунавски риби – хранене, размножаване, характеристики. Поредица от занимателни игри, обръща поглед върху защитените видове и тяхното опазване чрез класифицирането им в Червената книга на защитените видове. Прави се връзка с рибарските общности по Дунав.

Прег участниците в модул „Прилепи и местообитания“ се разкрива чудния и малко познат свят на прилепите – къде се срещат и с какво са полезни за околната среда. Образователните игри подпомагат усвояването на информация за храненето, придвижването на прилепите, начините им за комуникация и ориентиране в пространството.

Заниманието в модул „Змиите – красивите непознати“ цели преодоляване на страха от змиите у подрастващи – включва се бял царевичен смок, до който участниците, ако желаят, се докосват под наблюдението на специалист. Изучават се отровни и неотровни змии, броят им в България, начинът, по който да „общуваме“ с тях и да ги опазваме.

Разнообразието от помагала, включващи широк спектър от разкази за общностите и местното наследство, оформят пъстра и многопластова картина на музейна комуникация, която обхваща всички аспекти от музейните репрезентации на наследства.

\*\*\*\*

Образователните програми и помагалата за часовете по музейна педагогика са специфична форма на музейна медиация, посредством която институциите на паметта осъществяват комплекс от взаимовръзки, имащи за цел разпознаването и популяризирането на различните форми на местни наследства от една страна, и изграждането на устойчиви контакти с аудиториите, от друга. В съдържателната си част музейните образователни програми усвояват вече дефинирани и идентифицирани културни практики, които имат значение за формиране локалната идентичност и изграждането на колективна памет на общността. В същото време медиативните

wading birds.

The activity in *'The Ice Age: Extinct Animals'* module refers to the time of prehistoric animals (mammoths, mastodons, cave bears) and their connection to man and nature in the past. The young people learn about the science of palaeontology, and use mammoth bone dummies to build a house.

The *'Fishes'* module is about the fish species in the Danube: food, reproduction and characteristics. A series of amusing games turns the focus on the protected species and their safeguarding through listing them in the Red Book of protected species. The module makes a link to the fishing communities on the Danube.

The participants in the module *'Bats and Habitats'* learn about the wonderful and little known world of bats: where they live and why they are useful for the environment. The educational games make it easy to learn about the food of the bats, the way they move from place to place, the way they communicate and the way they get oriented in space.

The activity of the module *'Snakes: The Beautiful Strangers'* has the purpose to help the children get over their fear of snakes; the activity includes a white corn snake that the participants may touch if they want to, under professional supervision. The students learn about poisonous and non-poisonous snakes, their number in Bulgaria, and the way we can 'communicate' with them or protect them.

The variety of teaching books that include a wide range of community-related stories and stories about the local heritage build a diverse and multi-layer museum communication picture covering all aspects of museum representations of heritage.

\*\*\*\*

The museum education programs and the teaching aids created for them are a special museum mediation form used by the memory institutions to build complex interrelations aiming, on the one hand, at identifying and promoting different local heritage forms, and on the other hand, at building sustainable contacts with their audiences. In their content, the museum educational programs employ cultural practices that have already been defined and identified and are important for the processes of building local identity and

функции на помагалата създават условия за разгръщане на широк спектър от интерпретативни разкази, които моделират музейната среда и я съобразяват с посетителските нагласи и интереси, като предпоставят изграждането на устойчиви контакти с разнородни по своя профил посетители. Системните връзки между образователните програми и музейните помагала правят експозиционните пространства диалогични, а музейния разказ – разнообразен, динамичен и достъпен. Тези специфични инструменти за обучение в култура на музеите в Русе и Сливен утвърждават знание чрез преживяване, съучастие и творчество, което ги прави особено ценни в процеса на формиране на музейните послания и изграждането на цялостните музейни политики.

### **Силвия Трифонова-Костадинова**

„Връзки с обществеността”,  
Регионален исторически музей – Русе  
Пл. „Княз Александър Батенберг” 3  
7000 гр. Русе, България  
[pr.museumruse@gmail.com](mailto:pr.museumruse@gmail.com)  
[silvi.kostadinova@gmail.com](mailto:silvi.kostadinova@gmail.com)  
[www.museumruse.com](http://www.museumruse.com)

constructing collective community memory. At the same time, the mediation function of the teaching aids enables the creation of a wide range of interpretative narratives that shape the museum environment in accordance with the visitors' attitude and interest, thereby opening a way to sustainable contacts with visitors of various profiles. The systematic links between the museum education programs and the museum teaching aids make the exhibition spaces dialogue-friendly, and the museum narrative becomes varied, dynamic and easy to understand. These specific tools for culture education in the museums in Rouse and Sliven consolidate knowledge through experiencing, co-participating and creating, and that makes them precious in the process of structuring museum messages and constructing the general museum policies.

### **Silvia Trifonova-Kostadinova**

Public Relations  
Rousse Regional Museum of History  
3, Alexander Battenberg Square  
7000 Rouse, Bulgaria  
[pr.museumruse@gmail.com](mailto:pr.museumruse@gmail.com)  
[silvi.kostadinova@gmail.com](mailto:silvi.kostadinova@gmail.com)  
[www.museumruse.com](http://www.museumruse.com)

## **Литература / References**

**Бокова, Ирена 2020.** Долен Дунав – културен пейзаж и музейни разкази (по примера на Регионален исторически музей – Русе и Исторически музей – Тутракан). – *Известия на Регионален исторически музей – Русе*. Кн. 22. Стари места – нови празници. Съст. Ненов, Николай, Искрен Великов. Русе: РИМ – Русе, 57–71.

**Бокова, Ирена 2021.** Културни наследства vs туристически атракции. Различният поглед към местните наследства. – В: Ганева-Райчева, Валентина, Ирена Бокова, Николай Ненов (съст.) 2021. *Местни общности, културни наследства и музеи. Сборник с материали от научна конференция с международно участие „Местни общности, културни наследства и музеи”, София, 25–*

*26.02.2021 г. София: ИЕФЕМ – БАН, 253–269. / Bokova, Irena 2021. Cultural Heritages vs Tourist Attractions. A Different Perspective on Local Heritages. – In: Ganeva-Raycheva, Valentina, Irena Bokova, Nikolay Nenov (eds.) 2021. Local Communities, Cultural Heritage and Museums. Collection of Papers from the International Research Conference 'Local Communities, Cultural Heritage and Museums' – Sofia, 25–26.02.2021. Sofia: IEFSEM – BAS, 503–520. Достъпно на: <http://iefem.bas.bg/en/local-communities-cultural-heritage.html>.*

**Лазова, Цвете 2010.** Археологически разкопки и социална идентичност. – *Годишник на департамент „Антропология”. Т. 4. Градът – социални трансформации и културни практики.* Бокова, Ирена (съст.). София: Нов Български универси-

мет – <http://ebox.nbu.bg/apl2010/index.php?p=17> (08.12.2021).

**Ненов, Николай 2010.** Русезнание – музейно образование. – В: *Учебният музей. Функции и стратегии*. София: Захарий Стоянов, 94–100.

**Ненов, Николай 2018.** *100 артефакта от георичното време. Визуални разкази в музея*. София: ИИК „РОД“.

**Ненов, Николай, Силвия Трифонова-Костадинова 2019.** „Предметите говорят“ – споделени наследства и съучастие на публики. – *Български фолклор*, 45 (3) 314–337.

**Пондалова Дора, Миглена Маринова, Теодора Недялкова 2019.** Учене и забавление в музейната експозиция. – В: *Национална среща „Добри практики: съвременни форми за представяне и популяризиране на културното наследство. Предимства и недостатъци на музейните експозиции*. Бургас: РИМ – Бургас, 125–132.

**Трифонова-Костадинова, Силвия 2021.** Интерпретация на наследството – учебни помагала и музейни политики – В: Ганева-Райчева, Валентина, Ирена Бокова, Николай Ненов (съст.). *Местни общности, културни наследства и музеи. Сборник с материали от научна конференция с международно участие „Местни общности, културни*

*наследства и музеи*“, София, 25–26.02.2021 г. София: ИЕФЕМ – БАН, 63–97. / **Trifonova-Kostadinova, Silviya 2021.** *Interpreting Heritage – Teaching Books and Museum Policies*. – In: Ganeva-Raycheva, Valentina, Irena Bokova, Nikolay Nenov (eds.). *Local Communities, Cultural Heritage and Museums. Collection of Papers from the International Research Conference ‘Local Communities, Cultural Heritage and Museums’* – Sofia, 25–26.02.2021. Sofia: IEFSEM – BAS, 404–431. Достъпно на: <http://iefem.bas.bg/en/local-communities-cultural-heritage.html>.

**Шаренкова, Рагостина 2012.** Истории от първо лице едигствено число: приложение в музея. – *Известия на Регионален исторически музей – Русе*. Кн. 16. Русе: РИМ – Русе, 299–310.

**Faherty, Anna 2019.** Why do stories matter to museums and how can museums become better storytellers? – <https://www.museumnext.com/article/why-do-stories-matter-to-museums-and-how-can-museums-become-better-storytellers/> (22.12.2021).

**Steward, Lindsey 2017.** Museum and School Partnerships: Why They Are Important for Education. – <https://medium.com/@steward.lindsey/museum-and-school-partnerships-why-they-are-important-for-education-f239f4e2ff99> (22.12.2021).

## Популяризиране на културното наследство чрез изграждане на активни взаимоотношения с целевите публики на музеите

Кристиян Постагжиян

**Резюме:** Настоящият текст развива концепцията за изграждане на маркетинг на взаимоотношения при популяризирането на културното наследство. Чрез прилагането на добри практики за взаимодействие с целевите публики музейните пространства могат да развият своите дейности в посока, която превръща потребителя в медия, в проводник на нови тези, разсъждения и емоции, породени от миналото, но преминали в настоящето и очертаващи нови насоки за разбиране и осмисляне на културното наследство<sup>1</sup>.

**Ключови думи:** музей, маркетинг на взаимоотношения, маркетинг на съдържание, технологии, дигитална антропология

Съвременните организации функционират чрез устойчиво и качествено взаимодействие с много на брой вътрешни и външни публики. Всяка от тях има своя принос за ефективната работа на дадената организация, независимо дали става въпрос за производител на стоки или услуги, на малка или голяма организация, локална или международна компания, стопанска или нестопанска структура. Независимо от характера и обхвата на една организация, взаимоотношенията с нейните вътрешни и външни публики се превръща във все по-важен елемент на управлението, още повече в условията на бурно развитие на технологиите, нарастването на конкуренцията, улеснения достъп до информация и услуги.

Музеите имат мисията и целта да съхраняват културното наследство и това поражда специфичния поглед към темата за взаимоотношенията. Тук не става въпрос само и единствено за

<sup>1</sup> Текстът надгражда изследвания на автора по проект „Културни ресурси, валоризиране на наследства и местно развитие“, финансиран от Фонд „Научни изследвания“ с базова организация ИЕФЕМ – БАН (ДН20/12 от 20.12.2017 г.).

## Building Active Relationships with Museum Target Audiences as a Tool to Promote Cultural Heritage

Christian Postagian

**Summary:** This text develops the concept of introducing relationship marketing in cultural heritage promotion. Museum spaces employing successful practices of relationships with their target audiences can develop their activities towards transforming users to media, to agents of new concepts, ideas and emotions that are generated by the past, yet they become part of the present and outline new trends in comprehending and seeing the meaning of cultural heritage<sup>1</sup>.

**Keywords:** museum, marketing of relations, content marketing, technologies, digital anthropology

Modern organizations perform their functions through sustainable and high quality relationships with numerous inner and external audiences. Each of them has its role in the effective performance of an organization regardless of whether it is a manufacturer or delivers services, whether the organization is large or small, local or international, a business or non-profit structure. Notwithstanding an organization's nature and scope, its relationships with its inner or external audiences have a growing significance in managing its affairs, even more so in the setting of an explosion of technological development, growing competition, easy access to information and services.

Museums have the mission and goal to preserve cultural heritage, and that mission requires a special perspective to the topic of relationships. It is not only a matter of an organization's sustainable management and operation; it is also a matter of adequate performance of its leading and fundamental goal the significance of which is related not only to the organization but also to the society at large: preservation, promotion and development of cultural heritage.

In their book *Rethinking Strategic Relationship Marketing*, Hougaard and Bjerre say that relationship mar-

<sup>1</sup> This text is a further development of the author's research under the 'Cultural Resources, Heritage Valorization and Local Development' project, IEFSEM – BAS (DN20/12 of 20.12.2017).

устойчиво управление и функциониране на една организация, но и за адекватното изпълнение на нейна основна и фундаментална цел, която е от значение не само за самата нея, но и за обществото като цяло – съхранението, популяризирането и развитието на културното наследство.

В своята книга „Стратегически маркетинг на взаимоотношенията“ Хоугард и Биере казват: „В маркетинга на взаимоотношенията вниманието е фокусирано върху цялостното взаимно разбирателство между продавача и купувача, а не просто на размяната между тях. Поддържането на взаимоотношенията е именно този реален, стойностен фактор, който формира съответните преимущества в условията на конкурентния пазар и изключителните финансови резултати. Маркетингът на взаимоотношенията се състои в изкуството да се изграждат и поддържат рентабилни взаимоотношения, при което потенциалните клиенти се превръщат в клиенти, а клиентите в приятели“ (Хоугард, Биере 2009: 35).

И ако Хоугард и Биере се фокусират върху взаимоотношенията продавач – купувач в традиционната търговия, то взаимоотношенията в маркетинга се разпростират много по-далеч и обхващат доставчици, дистрибутори, партньори, самите служители на компанията, различни социални общности и обществото като цяло. Изграждането на взаимоотношения трябва да се разглежда като нематериален актив на всяка една организация. То води до преки резултати и увеличена рентабилност на организацията, т.е. има пряк и измерим ефект.

Нещо повече, през последните години все повече маркетингът се обръща към ролята на емоционалните побуди за действие и покупка, които изпреварват по значение рационалните. Кевин Робъртс казва в тази насока: „Идеализмът на любовта е новата реалност за бизнеса. Ако гради уважение и вдъхновява любов, бизнесът ще преобърне света“ (Робъртс 2004: 12). И макар този текст да звучи лирично и емоционално, той е в основата на книга, която по мнението на реда автори преобръща бизнеса през последни-

кетинг is focused on all aspects of the mutual understanding between the seller and the buyer, not just on the exchange between them. Preserving the relationships is actually the real, valuable factor that yields the necessary advantages in the conditions of a competitive market, as well as exceptional financial results. Relationship marketing is in the art of building and maintaining gainful relationships whereby potential customers become customers, and customers become friends (Hougaard, Bjerre 2009: 35).

While Hougaard and Bjerre are focused on the seller/buyer relationship in the traditional trading business, relationships in marketing go much further and involve suppliers, distributors, partners, company staff, various social communities and the society in general. Relationship building should be seen as an intangible asset by any organization. It leads to direct results and better profitability of the organization, i.e. it has a direct measurable effect.

What is more, marketing in the recent years has been showing a growing interest in the role emotional reasons play in acting or buying, as they significantly outweigh rational reasons. Kevin Roberts says in that relation that idealism of love is the new reality for business. If the business builds respect and inspires love, it will overturn the world (Робъртс 2004: 12). Lyrical and emotional as this statement may seem, it is part of the foundations of a book that, according to many authors, has been dramatically changing the business in the recent two decades, and defines a new marketing concept by building and developing 'love brands'. Roberts's assessment of modern brands is provoking, unusual and criticising: according to him, they have lost their lives. He believes there is just one solution: to create products and experiences that have the power to generate long-term emotional commitment of the users. In other words, to build emotional relationships with them on long-term basis.

The question of emotional reasons and the building of love brands is at the basis of the modern interpretation of marketing that combines elements of physics and psychology in the striving to understand users' behaviour and the key emotional reasons to buy something that more and more often dominate over the rational reasons. The new marketing field that ap-

те две десетилетия, като дефинира една нова концепция за маркетинг, чрез изграждането и развитието на „марките на любовта“. Оценката на Робъртс за съвременните търговски марки е провокираща, необичайна и критична – за него те са изгубили живота си. Решението според него е едно – да създаваме продукти и преживявания, излъчващи сила, която да провокира дългосрочна емоционална обвързаност от страна на потребителите. Това означава да изграждаме емоционални взаимоотношения с тях и то на дългосрочна база.

Темата за емоционалните побуди и изграждането на марки на любовта е в основата и на съвременен прочит на маркетинга, съчетаващ елементи на физика и психология в устрема да бъде разбрано потребителското поведение и ключовите емоционални побуди за покупка, които все по-често взимат превес над рационалните. Обект на подобни изследвания предлага обособилата се в началото на XXI в. дисциплина „невромаркетинг“, която изследва чрез магнитен резонанс физиологичните реакции на човешкото тяло, когато са изложени на определени контролирани стимули.

Видно от посоченото дотук, маркетингът на взаимоотношенията все по-често се определя като ключов за успеха на една организация фактор. Но нека отправим разглеждания проблем към сферата на музеите и изграждането на маркетинг на взаимоотношения между тях и целевите им публики. Безспорно това ще даде още по-интересен и обширен ракурс на изследване.

От гледна точка на музеите могат да се **идентифицират различни външни и вътрешни публики**, спрямо които може да се изгражда маркетинг на взаимоотношенията. Дали обаче тези взаимоотношения са важни за един музей? Намираме отговора на този въпрос в разработената концепция за развитието на Националния музеен комплекс – София, 2015–2020 г. В нея развитието на публиките е поставено като ключов въпрос при осъществяване на социалните функции на музея. Авторът на материала – Слава Иванова,

appeared in the 21<sup>st</sup> century - neuromarketing - offers a research approach: the use of magnetic resonance to identify the physiological responses of the human body when exposed to certain controlled stimuli.

All written above indicates that the relationship marketing is seen as a factor of a growing significance for the success of any organisation. But let's now relate the matter discussed above to the museum field and the creation of relationship marketing between museums and their target audiences. There is no doubt that the research scope will get wider and even more interesting.

Various inner and external audiences can be identified from the museum perspective in order to develop relationship marketing accordingly. However, are such relationships important for a museum? We find the answer to this question in the National Museum Complex Development Concept 2015-2020. It highlights audience development as a key for a museum to successfully perform its social functions. Slava Ivanova, the author of the material, wrote<sup>2</sup>: 'It is very important to understand the institution's role not just as a source of knowledge offering possibilities to learn information, but also as an environment offering to the visitor an interactive experience, conditions for participation and a shared experience... A vital role in that will be played by the marketing strategy, the offering of accessible and interesting information, the element of exhibition interactivity, and the educational program diversity and character. The approach to creating audience sustainability includes: easier and better communication with the audience, sustainable audience, involvement of certain target groups in an active network' (Иванова 2015: 5).

Consequently, visitors can be regarded as the main museum audience in the narrowest meaning of the word. A profound analysis of this matter, however, suggests a much wider discussion and identification of more target audiences.

Let's first discuss **inner audiences**. The Cultural Heritage Law indicates the need to have experts in the museums, and that is certainly the first and most important inner audience. Boneva and Rusev summa-

<sup>2</sup> See more here: [http://nationalgallery.bg/wp-content/uploads/2018/02/development\\_conception.pdf](http://nationalgallery.bg/wp-content/uploads/2018/02/development_conception.pdf) (seen on 03.06.2019)

пише<sup>2</sup>: „От съществено значение е разбирането за ролята на институцията не просто като източник на знание, който предлага възможности за информиране, а като среда, която осигурява на посетителя интерактивно преживяване, условия за съучастие и съпреживяване... Ключова роля ще изграят маркетинговата стратегия, осигуряването на достъпна и интригуваща информация, елементът на интерактивност в експозициите, разнообразието и характера на образователните програми. Подходът за създаването на устойчивост на публиката включва: усъвършенстване и улесняване на комуникацията с публиката, осигуряване на устойчива публика, включване на определени таргет групи в активна мрежа“ (Иванова 2015: 5).

Така в най-тесен смисъл като основна публика на музея могат да се очертаят посетителите. Сериозният анализ на темата обаче предполага много по-обширна дискусия и идентифициране и на други целеви аудитории.

На първо място нека дискутираме **вътрешните публики**. Законът за културното наследство очертава необходимостта от наличието на експерти в музеите и безспорно това е първата и най-важна вътрешна аудитория. Бонева и Русев обобщават обхвата на дейности, които вътрешните аудитории в музея следва да покриват: „Експертите са пряко ангажирани с процесите на обогатяване на музейните фондове, на идентификацията и вписването на ценностите в инвентарните книги и в останалата документация“ (Бонева, Русев 2017: 88) и конкретно дават примери за тези дейности: паспортизацията, организирането на експозиции и образователни програми, екскурзоводската дейност, създаването на музейните печатни и други издания, консервацията и реставрацията, физическото поддържане на фондовете, създаването и поддържането на фотоархива, регистрацията и организацията на опазването на недвижимите културни ценности, PR-дейността, систематизирането и управлението на библиотечния фонд.

<sup>2</sup> Виж повече тук: [http://nationalgallery.bg/wp-content/uploads/2018/02/development\\_conception.pdf](http://nationalgallery.bg/wp-content/uploads/2018/02/development_conception.pdf) (03.06.2019).

alize the scope of activities that should be performed by the inner museum audiences: 'Experts' work is directly related to the processes of enlargement of museum funds, identification and registration of valuable objects in the inventory books and in the other documentation' (Бонева, Русев 2017: 88), and give examples what such activities include: detailed descriptions of objects; exhibitions and educational programs; guiding; museum publications; conservation and restoration; fund maintenance; photo archive creation and maintenance; registration and organization of immovable heritage preservation; PR; library fund systemization and management. Alongside the experts, of course, there are other staff members whose job is directly related to the museum operation: accountants, IT and other museum workers.

The development of efficient relations with such internal audiences depends on attracting and keeping qualified professionals and certainly on their motivation and satisfaction with the job they do, especially considering the low level of wages such professionals get despite their experience, academic ranks and role in the cultural growth of the society.

What is more, from the perspective of relationship marketing development, it is exactly the internal audiences that construct a museum's 'product' and are directly responsible for building adequate relationships with external partners. Vera Boneva and Rusko Rusev identify the specific requirements in that aspect: 'The day-to-day work with the audiences and with representatives of other cultural and educational institutions suggests high-level communication skills, aptitude to converse, use of convincing discussion techniques, tolerance and openness in communication' (Бонева, Русев 2017: 90).

As for the external audiences, we will first of all mention **museum visitors** as an important specific target group to build relationships with. There can be numerous very specific subgroups:

Visitors from the region and the country where the museum is located, including;

- Individual visitors
- Organized groups from educational institutions (schools, kindergartens)
- Organized tourist groups

Разбира се, освен експертите, пряко свързани с дейността на музея са и много други служители, които подпомагат дейността им, като счетоводители, IT експерти, домакини и т.н.

Развитието на пълноценни взаимоотношения с тези вътрешни аудитории е пряко свързано с привличането и задържането на висококвалифицирани специалисти, както и тяхната мотивация и удовлетвореност от извършваната работа, още повече като се има предвид, че нивото на заплащане на подобен тип специалисти е ниско, независимо от техния опит, академични титли и роля за културното развитие на обществото.

Нещо повече – от гледна точка на развитие на маркетинг на взаимоотношенията, именно тези вътрешни аудитории гледат „продукта“ на един музей и отговарят пряко за изграждането на взаимоотношения с външни партньори. Вера Бонева и Руско Русев очертават конкретните изисквания във връзка с това: „Всекидневната работа с публиките и с представители на други културни и образователни организации предполага високи комуникативни умения, вещина в говоренето, прилагане на практики за убеждаващо въздействие, толерантност и откритост в общуването“ (Бонева, Русев 2017: 90).

От гледна точка на външните аудитории на първо място ще отличим **посетителите на музея** като важна и специфична целева група, с която се гледат взаимоотношения. Тук могат да се очертаят много и специфични подгрупи, като:

Посетители от региона и страната, където териториално е позициониран музеят, в т.ч.:

- Индивидуални посетители
- Организираны групи от образователни институции (училища, детски градини)
- Организираны туристически групи
- Посетители от чужбина
- Индивидуални и групови посещения.

Разработването на повече целеви групи и подгрупи чрез отваряне на музея към по-широка аудитория е в основата на привличане на повече посетители, а оттам и на по-успешното развитие на музея. От най-малкия регионален музей до

- Foreign visitors
- Individual and group visits.

Addressing a larger diversity of groups and sub-groups through opening to a wider audience is critical for the museum in order to attract a larger number of visitors, hence to enjoy a more successful museum performance. Whether a museum is a small regional institution or a leading world museum as famous as the Louvre, it needs a marketing approach to open to new audiences, to attract various audiences and get them involved in the work of the museum. A fruitful approach in this aspect is working with children, certainly using programs that enable long-term engagement of the youngest audience with the museum exhibitions and transform the young users into a loyal audience.

Making museum exhibitions part of tourist products through building relationships with specialized tourist agencies and hotels is another successful practice to attract audiences.

A museum's external audiences do not include only visitors. Another specific audience is the **media**. We can first focus on the traditional mass media, including specialised and regional media. They do have a significant role in promoting museum exhibitions, and it is part of the PR activity of every museum to build lasting relations with them. Another type of important audience is worth mentioning in this group: the untraditional media such as bloggers, vloggers, social media communities and influencers. Their adequate identification is part of the successful relationship marketing, but there are other things that should follow. Satisfactory regular communication with this community is a vital prerequisite for every museum organization to create online content and image. In this aspect, content marketing and advertising by word of mouth are of critical significance as important communication tools as far as building relationships with target audiences. Later on in the text there will be more about these tools.

Another external audience are the regional and national government structures. Museum and exhibition funding often depends on this audience. Furthermore, it is critical when it comes to creating and implementing numerous laws and regulations concerning museum activities. There are also other areas of interaction between museums and the governmental bodies.

най-големия световен образец от ранга на Лувъра се наблюдава нуждата от маркетингов подход за отваряне към нови аудитории, привличане на разнообразни публики и приобщаването им към музейното дело. Добри практики в това отношение е работата с деца, наличието на програми, които дългосрочно ангажират детската аудитория с музейни експозиции и превръщането на младите потребители в лоялна аудитория.

Включването на музейните експозиции в туристически продукти чрез изграждане на взаимоотношения със специализирани туристически агенции и хотели е друга добра практика, която позволява привличане на аудитория.

Външните аудитории на един музей не се изчерпват само с посетителите. Друга специфична аудитория са **медиите**. На първо място тук могат да бъдат разгледани традиционните медии, вкл. специализирани и регионални. Те имат своята голяма роля при популяризирането на музейни експозиции и установяването на трайни взаимоотношения с тях е част от ПР дейността на всеки музей. В тази група следва да се обособи и друга важна аудитория – тази на нетрадиционните медии в лицето на блогъри, влогъри, общности в социалните медии и инфлуенсъри. Правилното им идентифициране е част от успешния маркетинг на взаимоотношенията, но това е само началото. Адекватните и регулярни комуникации с тази общност е важна предпоставка за създаване на онлайн съдържание и репутация на всяка музейна организация. В тази връзка особено важни са маркетинга на съдържанието и рекламата от уста на уста като важни инструменти за комуникация и изграждане на взаимоотношение с целевите аудитории. Тези инструменти ще бъдат разгледани по-късно в настоящия текст.

Друга външна аудитория са **регионалните и централни структури на властта**. Финансирането на музеите и техни експозиции често зависи от тази аудитория. Тя е и в основата на създаването и прилагането на множество закони и подзаконови актове, които засягат музейното дело. Могат да бъдат очертани и още по-късно на взаимовъздействие на музеите с органите

A different critical and specific external audience is formed by donors and collectors. The richness of an exhibition and the way it is designed often depends on them.

The list of external audiences that are important for the operation of a museum also includes:

- **Libraries, including museum libraries.** The relationship marketing in this case includes the development of data sharing and offering library services to museum communities and external audiences.
- **Universities.**
- **Other museums and cultural institutions,** with the purpose of information sharing, joint initiatives and exhibitions, and so on.
- **Non-governmental organizations.**

Every museum can and should identify other important audiences with which it should build relations. The effectiveness of this process is based on the adequate identification of the different audiences and the systematic efforts that should be made to build relations with them.

This far, the text has covered the main museum target audiences. In the part that follows, we will analyse different tools that can be used to make the relationship with them efficient.

In 2007, the International Council of Museums (ICOM) adopted the following definition of a museum: 'A museum is a non-profit, permanent institution in the service of society and its development, open to the public, which acquires, conserves, researches, communicates and exhibits the tangible and intangible heritage of humanity and its environment for the purposes of education, study and enjoyment.'<sup>3</sup>

This definition has a strong focus on the task of the museums to actively communicate their exhibitions and to be open to the public. The latest two decades, however, keep posing new challenges for the performance of this goal. The technological development has completely changed the way people communicate, the way they receive information from the world around, and the way they learn and develop. The Internet tech-

<sup>3</sup> <http://icom.museum/en/activities/standards-guidelines/museum-definition/> (visited on 14.09.2018).

на властта.

Друга важна и специфична външна аудитория са **гарителите и колекционерите**. Богатството на една експозиция и разгръщането ѝ често зависи от тях.

Като групи външни аудитории, важни за функционирането на музея може да се очертаят също така:

- Библиотеки, Вкл. музейните библиотеки. Тук маркетингът на взаимоотношения е свързан и с развитието на обмена на данни и предоставянето на библиотечни услуги, както за музейните колегии, така и за външни аудитории.
- Университети.
- Други музеи и институции В областта на културата с цел обмен на информация, съвместни инициативи и експозиции и т.н.
- Неправителствени организации.

Всеки музей може и трябва да идентифицира и групи важни аудитории, с които да изгражда взаимоотношения. В основата на ефективността на този процес е правилното идентифициране на съответните аудитории и полагането на системни усилия в посока изграждане на взаимоотношения с тях.

Дотук очертахме основните цели публики на музея. В следващата част на настоящия текст ще анализираме различни инструменти, чрез които могат да се изградят пълноценни взаимоотношения с тях.

През 2007 год. Международният съвет на музеите (International Council of Museums, ICOM) приема следната дефиниция за музеите: „Музеят е постоянна институция с идеална цел, в услуга на обществото и неговото развитие, отворена за публиката, която събира, консервира, изследва, комуникира и показва материалното и нематериалното наследство на човека и обкръжаващата го среда, с цел образование, изследване и развлечение“<sup>3</sup>.

В последното определение най-силно е подчертана задачата на музеите да комуникират активно своите експозиции и да бъдат отворени за

<sup>3</sup> <http://icom.museum/en/activities/standards-guidelines/museum-definition/> (посетен на 14.09.2018).

nology, and digital communications in particular, play a fundamental role in the process of museums getting open to the public.

We can label the beginning of this technical revolution for the museums as **Internet Communications and Museums 1.0**. That refers to the period of the early 21<sup>st</sup> century, which started with the gradually growing need for the museums to have their own websites where they could publish information about the institution and its exhibitions and achievements. What Toms wrote about that period was that the Internet advertising boom was in the summer of 2002, and it came with the World Football Cup. That was the time when top brands came in. In that very same year, some of the domestic media shops created their Internet departments (Томс 2005: 21).

Today, every museum in Bulgaria, be it national, regional, municipal, institutional or private, has its website with summarized information about its key activities and collections<sup>4</sup>.

Toms described the role and the functions of a website as a business card, a shop, a showroom at the same time, and much more than that. A website is a communication form and a communication channel together. It is therefore of vital importance to pay sufficient attention to the website as a marketing tool. We can use it to communicate simultaneously with different audiences and to strengthen our organization's image... What is common for all websites is that you should treat them as any other communication tool: you should define audiences, goals, tasks, performance methods, output measurement and other essential marketing instruments (Томс 2007: 38).

A popular website for culture and art - [www.blouinartinfo.com](http://www.blouinartinfo.com) – created a rating of the museum websites in the world<sup>5</sup>, with Walker Art Center (art centre in Minneapolis, Minnesota, USA)<sup>6</sup> at the top. The website is like a blog giving plenty of information about the artists, whose works have found a place in a museum

<sup>4</sup> A list of Bulgarian museum websites can be seen here: <http://mc.government.bg/page.php?p=154&s=160&sp=0&t=0&z=0> (visited on 14.09.2018).

<sup>5</sup> The rating and links to the websites can be seen here: <http://www.blouinartinfo.com/news/story/804985/artinfo-ranks-the-top-10-best-museum-web-sites-from-the> (visited on 14.09.2018).

<sup>6</sup> More can be seen here: <https://walkerart.org/> (14.09.2018).

публиката. Последните две десетилетия поставят обаче нови и нови предизвикателства пред изпълнението на тази цел. Развитието на технологиите промени изцяло начина, по който хората общуват помежду си, начина, по който възприемат информация от заобикалящия ги свят, начина, по който учат и се развиват. Интернет технологията и конкретно дигиталните комуникации днес заемат важна и основополагаща роля при отварянето на музеите към хората.

Началото на тази техническа революция за музеите може да обозначим като „Интернет комуникация и музеи 1.0“. Това е периодът в началото на XXI в. Тогава постепенно се заражда необходимостта музеите да имат свой собствен **интернет сайт**, в който да бъде публикувана информация за институцията, експозициите, постиженията. Томс пише за този период: „Бумът на рекламата в Интернет е през лятото на 2002 г. и идва със Световното първенство по футбол. Именно тогава влизат топ брандовете. През същата година се създават и отдели, занимаващи се с Интернет, към няколко от рогните медия шоупове“ (Томс 2005: 21).

Днес всеки музей в България, независимо дали става въпрос за национален, регионален, общински, ведомствен или частен, вече разполага с развит интернет сайт в който е обобщена информация за основните активности и колекции<sup>4</sup>.

За ролята и функциите на един интернет сайт подробно пише Томс: „Уеб сайтът е едновременно визитка, магазин, шоурум и много повече от това. Уеб сайтът е едновременно форма за комуникация и канал за комуникация. Ето защо е жизнено важно да обръщаме достатъчно внимание на уеб сайта като на маркетингов инструмент. Чрез него може да общуваме едновременно с различни публики и да утвърждаваме имиджа на своята организация...Общото за всички типове сайтове е, че към тях следва да се подхожда като към всяко друго комуникационно средство – дефиниране на публики, цели, задачи, начини на изпълнение, измерване на резултатите и други основни маркетингови похвати“ (Томс 2007: 38).

Един от популярните онлайн сайтове за из-

exhibition. That way, the website functions also as a news resource for the art community. Moreover, the website contains a rich collection of links to international and local art news, which makes it an information reference point for everyone interested in art-related matters.

With that example we move on to the second, and more important, era of the museum internet communication, provisionally labelled as **Internet Communications and Museums 2.0**. That is the period after 2010–2015, when the so-called smart devices brought the internet communications to the next level.

The first challenge, and also the largest one, for **Internet Communications and Museums 2.0** is successfully defined by Google as ZMOT, i.e. Zero Moment of Truth<sup>7</sup>. In the past, prior to the Internet era, the first moment of truth was when the user was in front of the shop shelf, deciding whether to buy or not. The second moment of truth was when the user, after having used the product, decided whether to buy it again or not. The third moment of truth was when the use of a brand would catalyse emotions, curiosity, passion and desire to talk about the brand and to share one's experience with it. Today, marketing knows already the zero moment of truth defined by Google: the new moment of making a decision whether to buy that happens through the Internet search engines much before the user even starts off to the shop.

If we redirect the marketing thinking from the traditional shop and the user's behaviour in front of the shop shelf to the visitors of a museum, the first moment of truth will be the decision whether to visit a museum; the second moment of truth will be the visit itself and the visitor's satisfaction with the experience; the third moment will be the sharing of that experience with family and friends. But where is the zero moment of truth? It is in the **search engines like Google**. Long before a visitor decides whether to visit a museum or not, he searches for information on the Internet. Very often that information is not even directly related to what that very same museum offers to its visitors. If we take as an example one of the important museum target audiences – tourists, their search on the Internet

<sup>4</sup> Списък на интернет сайтове на музеи от България може да бъде видян тук: <http://mc.government.bg/page.php?p=154&s=160&sp=0&t=0&z=0> (14.09.2018).

<sup>7</sup> More can be seen on Lecinski, J. *Winning the Zero Moment of Truth: ZMOT, Zero Moment of Truth, 2011.*

куство и култура – [www.blouinartinfo.com](http://www.blouinartinfo.com), прави класация на музейните интернет сайтове по света<sup>5</sup>, която е оглавявана от Walker Art Center (Център по изкуствата в Минеаполис, Минесота, САЩ)<sup>6</sup>. Сайтът е разработен повече като блог, който поднася богата информация за артистите, чиито творби са намерили място в музейната експозиция. По този начин това интернет пространство се превръща и в новинарски ресурс за арт общността. Сайтът съдържа също богата колекция от връзки към международни и локални новини в областта на изкуството, което го превръща в референтна точка за търсене на информация за всеки, за когото теми, свързани с изкуство, представляват интерес.

Чрез посочения пример преминаваме и към разглеждане на втората и по-важна ера от интернет комуникацията на музеите, която условно ще обозначим като „Интернет комуникация и музеи 2.0“. Това е периодът след 2010–2015 г., когато навлизането на т.нар. смарт устройства в ежедневието на хората доведе до следващото ниво на интернет комуникация.

Първото и най-голямо предизвикателство пред „Интернет комуникация и музеи 2.0“ е успешно дефинирано от Google като ZMOT или Zero moment of truth (нулев момент на истината)<sup>7</sup>. В миналото, преди ерата на интернет, имаше първи момент на истината – когато потребителят е пред стелажа в магазина и избира да купи или не; втори момент на истината – когато потребителят използва продукта и решава дали да го купи отново или не; трети момент на истината – когато използването на бранда катализира емоция, любопитство, страст и желание да говори за бранда и споделяш опита си с него. Но днес маркетингът познава и нулевия момент на истината, дефиниран от Google – новият момент за взимане на решение за покупка, който се случва чрез търсещите машини в интернет, много преди потребителят дори да тръгне за магазина.

Ако трябва да преназоим маркетинговото

<sup>5</sup> Класацията и връзки към сайтовете може да бъде видяна тук: <http://www.blouinartinfo.com/news/story/804985/artinfo-ranks-the-top-10-best-museum-web-sites-from-the> (14.09.2018).

<sup>6</sup> Вж. повече тук: <https://walkerart.org/> (14.09.2018).

<sup>7</sup> Вж. повече тук: Lecinski, J. *Winning the Zero Moment of Truth: ZMOT, Zero Moment of Truth*, 2011.

frequently concerns various forms of culture, entertainment, local traditions, recommendations, etc. for the country they are visiting. In this line of thoughts, the search results on the Internet offer not simply museums, but numerous diverse free time alternatives. And right here is the biggest challenge for museums: today their websites should be not simply 'registering' their presence on the Internet, or offer basic information about the museum, such as work hours, exhibitions, locations, etc. They should offer to their potential visitors a free time alternative that appears to be attractive and meaningful when compared to the numerous other possibilities offered by the global network.

At that zero moment of truth, the so-called search engine optimization (SEO) of the museum websites plays a critical role. As Justine Toms and Denislav Georgiev wrote, 'Content still is the most important thing on the Internet – that is what users look for. Their search is based on keywords, i.e. text. For a website to be easily found by the search engines, it should contain well-composed and well-written texts. Even if a website is properly created in view of being easily indexed by the search engines, for that to happen effectively, however, its texts should be composed so as to enable further optimisation' (Томс, Георгиев 2010: 92). Each search engine follows its own rules and algorithms to index websites; it should be taken into consideration that sometimes such rules and algorithms are changed on daily basis. Therefore, the museum website optimization should be continuous rather than a one-off effort.

What is more, the time the young generations invest in perceiving information is getting dramatically reduced and transformed. If the preceding generations used to receive information mainly through texts, and its profound understanding in order to form an opinion was connected to reading a substantial amount of information, every new generation is not only looking for shorter forms, but is also after receiving that information in a different format. In the latest decade, the audio-visual content has practically nearly replaced the standard text from the social channels, and that trend is getting stronger and stronger.

Hence, concerning the cultural heritage, that fact indicates that a growing number of people of the

мислене от традиционния магазин и поведението на потребителя пред стелажа към музейното пространство и посетителите в един музей, то първият момент на истината би бил решението да бъде посетен гаген музей, вторият момент на истината – самото посещение и удовлетвореността на посетителя от изживяването, а третият момент – споделянето на преживяното с близки и познати. Къде обаче е нулевият момент на истина? То е в **търсещите машини като Google**. Много преди един посетител да вземе решение дали да посети гаген музей или не, той търси информация в интернет. Често тази информация дори не е свързана пряко с това, което същият този музей предлага на своите посетители. Ако вземем за пример една от важните цели аудитории на музеите – туристите, то често тяхното търсене в интернет е свързано с различни форми на култура, развлечение, местни традиции, препоръки и т.н. в страната, която посещават. В този ред на мисли, сред резултатите в интернет има не просто музеи, а много и различни алтернативи за прекарване на свободното време. И точно тук е голямото предизвикателство пред музеите – техните интернет сайтове днес трябва не просто да „регистрация“ присъствие в интернет и да дават основна информация за музея (работно време, експозиции, локация и т.н.), а да предложат на потенциалните си посетители алтернатива за прекарване на свободното време, която изглежда привлекателна и смислена на фона на многото други възможности, предложени от интернет.

В този нулев момент на истина огромна роля има оптимизацията на интернет сайтовете на музеите от гледна точка на търсещите машини (т.нар. SEO – search engine optimization). Жюстин Томс и Денислав Георгиев пишат в тази връзка: „Съдържанието все още е най-важното нещо в Интернет – това, което потребителите търсят. А търсенето се случва по ключови думи, т.е. текст. За да бъде откриваем един сайт от търсачките, той трябва да е с добре съставени и добре поднесени текстове. В случай, че сайтът е изрядно създаден с цел да бъде лесно индексирани от търсещите машини, за да се случи това докрай е важно и текстовете му да са създадени с мисъл за оптимизация“ (Томс, Георгиев 2010:

youngest generations will first read what they are able to find on the Internet before they decide whether to visit a museum or not. For these generations, searching for information with Google is not just a starting point for decision taking, but it is also a marker of significance. Being unavailable when searched with Google, the absence of a website or a social network profile, or the lack of a mobile application is an indicator for this generation that the thing in question is non-existing or is not worth their attention.

Therefore, a growing number of exhibition spaces are challenged to go to the digital environment and to actively communicate there with the new generations. This can happen in the physical environment as well as online.

First of all, a vital aspect is the **availability and the maintenance of websites designed in the trend of the modern communication and technological systems**. Which means that the content present there is not simply informative; it should be related to interaction with the audience, it should be available on and adaptable to various devices, and should offer many diverse ways of engaging the audience. Website maintenance significance is twofold.

*Information management.* The museum websites certainly do have things they can offer to their audiences in terms of content related to the exhibitions, the history, the events and initiatives. A short visit to the website of The Dr. Simeon Tabakov Regional Museum of History in Sliven shows a series of recent news in the corresponding section of the museum website: from materials about interesting historical events such as 145 years of the April Riot, or 200 years of the birth of G. S. Rakovski, to information about museum exhibitions or online competitions for children, and an invitation for the Day of Children (image 1). The creation of content requires various skills that are related not only to working with texts; it is also necessary to make content optimisation for the search engines, keywords should be used to improve search engine indexing, etc. Let's take as an example the news about the Children's Day: it is topical and detailed, but it is important to index it adequately for the search engines so that when it is searched with Google by keywords (e.g. 1 June Sliven) it appears as a result at a leading position. That would

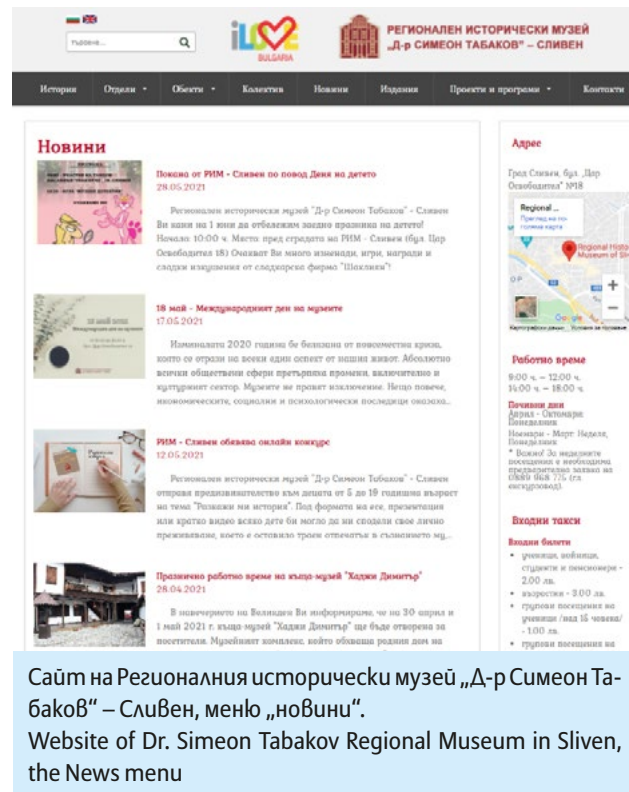
92). Всяка търсеща машина има своите правила и алгоритми, чрез които индексира сайтовете, като понякога промяната на тези правила и алгоритми е ежедневна. Това налага постоянни, а не еднократни усилия в посока оптимизирането на сайтовете на музеи.

Нещо повече, времето, което новите поколения инвестират, във възприемане на информация, намалява драстично и се трансформира. Ако за предните поколения информацията е била поднасяна предимно чрез текст, а сериозното ѝ обмисляне и оформяне на мнение е било свързано с прочитането на значителен обем информация, то всяко следващо поколение не само търси по-кратки форми, но и различен формат на поднасяне на информация. През последните 10 години на практика аудио-визуалното съдържание почти измести стандартния текст от социалните канали и това е тенденция, която се засилва все повече и повече.

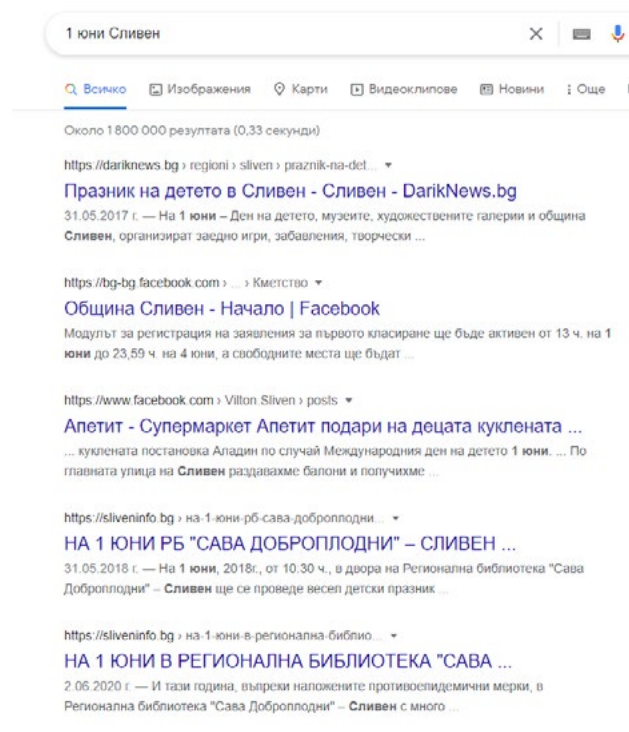
Отнесено към културното наследство на практика това показва, че все повече хора, представители на последните поколения, първо ще прочетат намиращото се в интернет и след това ще вземат решение дали да посетят или не определен музей. За тези поколения търсенето на информация в Гугъл не само е отправна гледна точка за решения, но и маркер за значимост. Отсъствието от Гугъл, липсата на сайт, страница в социалната мрежа или отсъствието на мобилно приложение са индикатор за тези поколения, че даденото нещо не съществува или не си заслужава тяхното внимание.

Това налага все повече експозиционните пространства да навлизат в дигиталната среда, както и да взаимодействат ефективно с новите поколения в нея. Това може да се случва както във физическата среда, така и онлайн.

На първо място важен аспект е **наличието и поддръжката на интернет сайтове, разработени в духа на съвременните комуникационни и технологични системи**. Това означава, че съдържанието, което се поднася, е не просто информативно, а свързано с взаимодействие с аудиторията, налично и адаптивно към различни устройства, даващо много и различни форми за ангажираност на аудиторията. Поддръжката на сайтовете е важна в двете направления.



Сайт на Регионалния исторически музей „Д-р Симеон Табаков“ – Сливен, меню „новина“.  
Website of Dr. Simeon Tabakov Regional Museum in Sliven, the News menu



Резултат от търсещите машини под ключови думи, свързани с новина, публикувана в сайта на РИМ – Сливен. Search engine machine results under keywords connected to news about an event published on the website of RMH-Sliven.

**Управление на информацията.** Интернет страниците на музеите безспорно има какво да предложат на своите публики като съдържание, свързано с експозициите, историята, събития и инициативи. Бърз поглед в интернет сайта на Регионалния исторически музей „Д-р Симеон Табаков“ – Сливен, показва серия от актуални новини в съответния раздел на интернет страницата на музея: от отразяване на интересни исторически събития, като 145 години от Априлското въстание и 200 години от рождението на Георги С. Раковски, през информация за експозиции в музея, до онлайн конкурси за деца и покана за Деня на децата (изобр. 1). Създаването на съдържание изисква редица умения, не само свързани с работа с текст, но и оптимизация на съдържанието с оглед на търсещите машини, използване на ключови думи, които биха повишили индексиранието в търсещи машини и т.н. Така например, публикуваната новина за празника на Деня на детето е актуална и детайлна, но е важно да се индексират добре в търсещите машини така, че при търсене в Гугъл под ключови думи (напр. 1 юни Сливен), да се зареди като резултат във водеща позиция. Това би довело трафик на сайта и било било ефективно при популяризирането на инициативи на музея. Изобр. 2 отразява търсенето в Гугъл под посочените ключови думи, но тук информация за инициативата на музея липсва. Тези ключови думи са подбрани, тъй като те отразяват начина, по който потенциалната аудитория би търсила информация и отразяват концепцията за нулевия момент на истината, обсъдена по-горе.

Посоченото на последните редове изисква интернет страниците **да се поддържат и от техническа гледна точка**, тъй като търсещите машини в интернет често сменят алгоритмите си, а това изисква и съответната актуализация на сайтовете. Томс и Георгиев ясно очертават ролята на ежедневната поддръжка на сайтовете „Текущата работа ден след ден прави разликата между хубавия сайт и работещото онлайн решение“ (Томс, Георгиев, 2010: 48).

Разбира се, в този нулев момент на истината роля имат не само интернет сайтовете на музеите, но и изобщо тяхното интернет присъствие под формата на различни препоръки, публикации, отзиви, споделяния и т.н.

generate website traffic and would be effective in promoting museum initiatives. Image 2 shows a Google search using keywords, but in this case there is no information about the museum initiative. The reason for the selection of these keywords is that they correspond to the way the potential audience would be searching for information, and demonstrate the concept of the zero moment of truth as discussed above.

*The text of the last lines above* demands on technical maintenance of the websites, because the Internet search engines often change their algorithms, which requires website updates accordingly. Toms and Georgiev clearly describe the significance of the day-to-day website maintenance: ‘Operational work day after day makes the difference between a nice website and a working online solution’ (Томс, Георгиев, 2010: 48).

Indeed, at that zero moment of truth the museum websites are not the only factor that plays a role for the search results. The other factors are their presence on the Internet that is connected to recommendations, publications, comments, sharing and so on.

Here comes the second key moment of the relationship marketing: users should be encouraged to share their experiences in the museum with their friends and acquaintances. **Word of mouth advertising** is the most trustworthy communication, targeting the customers. That makes it a very important element of the marketing communication of any organisation, including museums. In that relation, Kotler has introduced the term ‘**connected customers**’. He commented that power today is not in the hands of individuals; it is in the social groups... Social communities have become the main source of influence that dominates over external marketing messages, and even over personal preferences. Customers usually follow their colleagues and friends’ comments when choosing a brand. As if they protect themselves against untrue brand statements and campaign fraudulence by using their social communities to build a fortress (Ф. Котлър, Х. Кармагжая, И. Семуян 2019: 21). Even though Kotler meant traditional merchandise and services, the process he described seems to affect all spheres of life today; people seem to have a growing need to learn the advices and comments from their social community, regardless of whether online or offline. There is no doubt that

И тук е вторият важен момент при маркетинга на взаимоотношения – насърчаването на посетителите да споделят своите преживявания в музейното пространство сред своето обкръжение от познати и приятели. **Рекламата от уста на уста** е в основата на най-достоверната комуникация, насочена към потребителите. И затова е толкова важна част от маркетинговите комуникации на всяка организация, вкл. и на музея. Във връзка с това Котлър въвежда понятието „свързани клиенти“ и пише: „Днес властта не е у отделните хора, а у социалните групи... Социалните кръгове са станали основен източник на влияние, надделявайки над външните маркетингови послания и дори личните предпочитания. Клиентите обикновено следват мнението на свои колеги и приятели, когато решават коя марка да изберат. Сякаш защитават себе си от фалшиви твърдения на марките и мошеничества в кампаниите, като използват социалните си кръгове, за да издигнат крепост“ (Котлър, Картаджая, Сетиуан 2019: 21). И макар Котлър за говори за традиционните стоки и услуги, този процес не подминава която и да е сфера на съвременния живот – хората все по-често търсят съвети и отзиви от своя социален кръг, както онлайн, така и офлайн. И безспорно свързаността между хората е най-важният променящ изграт фактор в историята на маркетинга. От гледна точка на всяка организация това означава **разглеждането на потребителите не само като клиенти, но и като медиуми**, чрез които организациите достигат до по-широка аудитория. Д. Бошнакова говори за „изцяло нова комуникационна среда“: „Постепенно потребителите започнаха да се обединяват. Потребителите освен възможността да говорят, днес имат възможността изключително лесно и относително на ниска цена да се свързват с други потребители, да обменят информация и да участват в процеса на комуникация, който доскоро бе изцяло запазена територия на компаниите и обслужващите ги рекламни и ПР агенции“ (Бошнакова 2016: 22). Едва ли българската практика познава музей, който да има необходимия бюджет за пълноценна и ефективна рекламна или ПР кампания. За съизмеримост с класическите бизнес структури не може и да става въпрос – културните институти-

connectivity between people is the most important game-changing factor in the history of marketing. Hence, from the perspective of any organization, **users should be seen not only as customers but also as media** that may help organisations to reach wider audiences. D. Boshnakova talks about a ‘completely new communication environment’: ‘Users have started to gradually get united. Along with the possibility to talk, users today have the opportunity, extremely easily at a relatively low price, to get connected to other users, to share information and to participate in the communication process that belonged until recently only to the companies and their PR agencies.’ (Бошнакова 2016: 22). Hardly can there be a museum in Bulgaria that enjoys having budget resources for an adequate and effective advertising or PR campaign. We can’t even think of any comparison to the classical business structures, as it often happens that the cultural institutions in Bulgaria have no communication budget whatsoever. The ‘connected customers’ factor, however, and their strength to communicate with each other, is not related to any budget or any communication activity or content planning. The connected customers that communicate in their social networks can turn a small brand or a museum exhibition into a topic much more significant and discussed than the most important product of the largest advertiser in the country, with millions invested in communication. Museums and cultural institutions today have the most important thing for effective communication and growing public awareness, and that is not the marketing or PR budget; it is people’s attention and willingness to be active participants in that process. That attention is by no means guaranteed, neither is it achieved without making efforts. Yet whatever actions are needed, providing that the people are committed and the relationship with them is efficient, they will be performed in the widest scope possible fully for free. The creation of such relationships and the transformation of users into media are related to the development of the so-called **human-centric brands** – a topic that will be considered further in this text, and also a topic that is closely connected to museums and their marketing approach to target audiences.

Museums have a high potential to build quality re-

ци в България често изобщо нямат бюджет за комуникация. Но факторът „свързани клиенти“ и тяхната сила да общуват помежду си не е свързан с бюджет и планиране на комуникационни активности и съдържание. Обединените потребители, които общуват в социалните кръгове, могат да превърнат един малък бранд или една музейна експозиция в много по-важна и обсъждана тема отколкото най-важния продукт на най-големия рекламодател в страната, вложил милиони средства за комуникация. Днес музеите и културните институции имат най-важното за ефективната комуникация и привличането на обществото внимание и това не е бюджетът за реклама и ПР, а вниманието на хората и тяхното желание да участват активно в този процес. Разбира се, това внимание не е гарантирано, нито пък поднесено наготово. Но каквито и действия да са нужни, стига хората да са ангажирани и с тях да е изградена пълноценна връзка и взаимоотношение, те ще бъдат реализирани в максимално широк обхват и напълно безвъзмездно. Изграждането на подобни взаимоотношения и превръщането на потребителите в медия е свързано и развитието на т.нар. „центрирани върху хората маркуи“ – тема, която ще бъде развита в този текст и която има пряка връзка с музеите и техния маркетингов подход към целевите аугитории.

Музеите имат висок потенциал в изграждането на качествени взаимоотношения със свои целеви публики и тяхното превръщане в „застъпници“. С този термин Котлър обозначава активни поддръжници, които спонтанно препоръчват марките, към които са лоялни, без да са молени за това от самите брандове и без да им се заплаща каквото и да било. „Те разказват положителни истории на групите и стават евангелисти<sup>8</sup>. Повечето лоялни поддръжници обаче са пасивни и латентни. Те трябва да бъдат подтикнати или от питане, или от отрицателна поддръжка. Когато се натъкнат на такъв подтик, се

<sup>8</sup> В духа на съвременния маркетинг терминът „евангелист“ се използва за изключително лоялни потребители към даден бранд, които са склонни да го популяризират и възхваляват в своите социални кръгове, често оказвайки сериозен социален натиск върху обкръжението си в полза на употребата на дадения бранд.

relationships with their target audiences and turn them into **advocates**. Kotler used this term to denote active supporters, who spontaneously recommend the brands they are loyal to, without being asked by the brands to do so, and without being paid anything for doing it. *They tell success stories to others and become evangelists*<sup>8</sup>. Most of the loyal supporters, however, are passive and latent. *They should be urged either by being asked, or by a negative support. When they happen to have such an impulse, they feel they have to recommend and defend the brands they love*. From the museum operation perspective, it means that a discussion initiated on the Internet concerning the quality of an exhibition or some of its elements may be a catalyst for emotions and comments on that topic by many users of the *advocate* type, and vice versa, the absence of an element that can trigger a discussion may lead to a failure to achieve any communication by the users in their social communities. Kotler's view on the negative support is related to the need of having people expressing a negative attitude. A paradox as it is, it may often be the key to unlock the advocates' actions, and the catalyst needed to start public discussions.

Another interesting trend of interaction with audiences and the concept of users as media is the so-called **user-generated content**. Some researchers call this method “the citizens' media”. There is no doubt that in the recent two decades the social media have been providing a wide platform for citizens to publish content; moreover, every user always has a camera at hand that can be used to visually capture any phenomenon that happens to be seen. That process has provoked the traditional media, and today even such public media as BBC have user-generated content platforms.

Publishing a picture from a visit to a museum, for example, is also a form of user-generated content. Especially if the exhibition space offers something that provokes the camera; then the user generated content is not only interesting, but in addition to that it gains more audience by being shared or re-shared by other users. That way, an ordinary museum picture can

<sup>8</sup> True to the spirit of modern marketing, the term ‘evangelist’ is used to describe users, who are exceptionally loyal to a brand and readily promote and praise it in their social networks, often putting substantial social pressure on the people they communicate with in support to the use of that brand.

чувстват длъжни да препоръчат и да защитят марките, които обичат“. Отнесено към музейното дело това означава, че иницизирана дискусия в интернет пространството за качеството на една експозиция или отделни нейни елементи могат да катализират емоции и говорене по темата от много подобни потребители тип „застъпници“ и обратно – липсата на елемент, който да разгори дискусия и говорене може да не доведе до каквато и да е комуникация от потребителите в техните социални кръгове. Тезата на Котлър за отрицателна поддръжка е свързана с необходимостта от наличие на хора, които да изразяват негативно отношение. Може и да е парадоксално, но често точно това отключва действията на застъпниците и се явява онзи тъй необходим катализатор на общественото говорене.

Друга интересна насока на взаимодействие с публиките и концепцията за потребителите като медия е т.нар. **Генерирано от потребителите съдържание (User generated content)**. Някои изследователи наричат този подход „гражданска медия“. Безспорно през последните две десетилетия социалните медии дават широка платформа за гражданите в едно общество да публикуват съдържание, още повече когато всеки потребител има винаги под ръка фотокамера, чрез която може да запечата визуално всяко едно явление, на което стане свидетел. Този процес провокира традиционните медии и днес дори обществени медии като BBC имат платформи за потребителски генерирано съдържание.

Публикуването на снимки от посетен музей, например, е също форма на генерирано съдържание от потребителите. Особено тогава, когато в експозиционното пространство може бъде открита провокация към фотообектива, създаденото потребителско съдържание не само става интересно, но и добива допълнителна аудитория чрез споделяне и пресподеляне от други потребители. Така една обикновена снимка в музея може да генерира комуникация, която надвишава традиционния резултат дори и от платена рекламна кампания. Ето защо превръщането на всеки посетител в част от експозицията е ключов момент, който трансформира потребителското преживяване в музея и превръща човека във



Интерпретация на „Млекарката“ на Йоханес Вермер, от Alex Woollard (@Woollards). Източник: официален twitter канал на Getty Museum.

An interpretation on Johannes Vermeer's Milkmaid by Alex Woollard (@Woollards). Source: the official Getty Museum twitter channel.

Важна и неизменна съставна част от света на историите, представени в пространството.

Превръщането на посетителите във вид медия, чрез която допълнително се популяризират музейните експозиции е важно с оглед на съвременните тенденции за „медии от гражданите за гражданите“. Бошнакова (Бошнакова 2016: 183) цитира данни, според които над 60% от потребителите на фейсбук и твитър ползват двете социални мрежи като източник на новини. Тя заключава „Днес всеки може да бъде медия, да създава и да разпространява новини...Когато всеки мобилен телефон може да прави видео и снимки, всеки един човек е потенциален източник на новини“. Ето защо музеите все повече трябва да гледат на своите посетители не само като на своя публика, но и като платформа, чрез която се достига до нови и по-широки групи публики.

Интересен пример за генерирано съдържание от потребителите дава музея Гети в Лос Анджелис. През 2020 г. в условията на глобална пандемия, Музеят предизвика своите потребители да пресъздават в домашни условия известни произведения на изкуството, които са изложени в музея, като споделят „творбите“ си в социалните мрежи (изображение 3). За броени часове изявата се превърна в едно от най-коментирани неща в интернет пространството, като хиляди потребители не само разгледаха в виртуалните изложби на музея, но и направиха своя интерпретация на произведенията на изкуството.

Механиката на интеракцията се развива в три стъпки: потребителите избират произведение на изкуството; избират три предмета от дома си; пресъздават творбата с тези вещи, след което я споделят<sup>9</sup>.

Темата за свързаните потребители, тяхното превръщане в медия и ролята на всичко това в комуникацията на музеите може да бъде пречупена и през призмата на друг съвременен инструмент за взаимоотношения – **маркетингът на преживяванията**. Целта на този подход е потребителите да бъдат въввлечени в максимална степен в комуникацията на бранда, чрез активно

generate a communication that is much above the traditional result even of a paid advertising campaign. Therefore, provoking each visitor to become part of the exhibition is a key moment that transforms the user's experience in the museum and makes the person an important and constant element of the world of stories presented in that space.

Transforming users into a media that widens the museum exhibition promotion is important in view of the modern trends for 'media from citizens to citizens'. Boshnakova (Бошнакова 2016: 183) quoted data showing that over 60% of the Facebook and Twitter users use those two social networks as news sources. She concluded: 'Today, everyone can be a media, can create and spread news... When every mobile phone can make videos and pictures, every person is a potential source of news'. That is why the museums should see their visitors not only as their audience; they perceive them much more as a platform leading to a growing variety of wider new audiences.

The Getty Museum in Los Angeles has an interesting example of user-generated content. In 2020, in the global pandemic environment, the Museum challenged its users to recreate at home famous works of art exhibited in the museum, and then share their "works" in the social networks (Image 3). Not before long, that event became a most commented happening in the Internet space; thousands of users not only visited the virtual museum exhibitions, but also made their own interpretations of works of art.

The interaction mechanics followed three steps: users chose a work of art; they chose three objects in their home; they recreated the work of art using those objects, and then shared it<sup>9</sup>.

The topic of connected users, their transformation into a media, and the role all that plays in museum communication can also be seen from the perspective of another modern relationship tool: **the experiential marketing**. That method is designed to get users as much involved in the brand communication as possible through active participation in events and other marketing activities that often activate different

<sup>9</sup> Повече примери може да бъдат видяни тук: <https://twitter.com/GettyMuseum/status/1242845952974544896> (30.07.2020).

<sup>9</sup> You can see more examples here: <https://twitter.com/GettyMuseum/status/1242845952974544896> (30.07.2020)

участие в събития и други маркетингови активности, които често въздействат на различни сфери. Уалш пише в тази връзка: „Маркетингът на преживяванията разпознава емоционалната страна на хората, в допълнение на рационалните аспекти. В резултат на това той генерира подходи, при които хората откликват на маркетингови действия, разработени да въздействат на емоциите“ (Walsh 2013: 8).

Видман поставя целите на маркетинга на преживяванията като основни за всеки бранд мениджър: „Осигуряването на уникално и незабравимо преживяване на потребителите, което е в основата на позитивна връзка между потребител и бранд, е сред основните предизвикателства на всеки бранд мениджър“ (Wiedmann 2017: 14).

Проучване на МакКинзи достига до извод, че маркетингът на преживяванията е най-големият генератор на реклама от уста на уста: между 50 и 80% в различните продуктови категории. Това е значим факт за маркетинга, тъй като според същото проучване „рекламата от уста на уста“ е в основата на между 20 и 50% от решенията за покупка (Viccars 2017: 2).

Пример за маркетинг на преживяванията може да се представи от българската практика на музейното дело на изобр. В серия от инициативи, озаглавени „Научи и преживей“, „Открий какво умееш“ и „Знам и мога“, Регионалният етнографски музей на открито Етър предлага на посетителите си да се запознаят със спецификата на различни занаяти, като позволява на участниците не само да наблюдават старинните технологии на производство, но и да „чиркуват“, като направят сами и вземат за спомен ръчно изработени предмети от метал, кожа, глина, дърво и вълна.

Когато говорим за поддръжката на съдържание в интернет страниците няма как да не обърнем внимание и на концепцията за **маркетинг на съдържанието**. Това е друг важен аспект при изграждането на интерактивност при експонирането на културното наследство. „Маркетингът на съдържанието е подход, който включва създаване, организиране, разпространение и усилване на съдържание, което е интересно, релевантно и полезно за ясно дефинирана аудитория, за да се създадат разговори за съдържанието...Компани-



Брошури, популяризиращи серия от инициативи на етнографския музей на открито Етър, насочени към маркетинг на преживяванията.

Promotion brochures for the series of experiential marketing-oriented initiatives of Etar Open-air Ethnographic Museum.

senses. Walsh wrote in that relation that the experiential marketing identifies people's emotional side in addition to the rational aspects. The effect is that it generates methods motivating people to respond to marketing activities designed to activate emotions (Walsh 2013: 8).

Wiedmann sees the experiential marketing goals as key goals for every brand manager. According to him, to offer a unique and unforgettable experience to the users that is at the basis of the positive connection between the user and the brand is a key challenge for every brand manager (Wiedmann 2017: 14).

A research undertaken by McKinsey came to the conclusion that experiential marketing is the greatest generator of the word of mouth advertising: between 50 and 80% in different product groups. That is a significant marketing fact, as the same research reveals that the **word of mouth advertising** is a leading reason to buy in 20 to 50% of the cases (Viccars 2017: 2).

An example of experiential marketing of a Bulgarian museum can be seen on Image 4. In a series of initiatives under the mottos 'Learn and Experience', 'Find Out What You Can Make', 'I Know and I Can', the Etar Regional Open-air Ethnographic Museum offered its visitors to learn the nature of various crafts. The participants not only observed the ancient production technologies, but they were also invited to be 'apprentices' and make their own products of metal,

те, които прилагат добър маркетинг на съдържанието, осигуряват на клиентите достъп до висококачествено оригинално съдържание, докато междуременно разказват интересни истории за себе си“ (Котлър, Кармагжая, Семуан 2019: 140). Това е и една от причините защо през последните години брандовете фокусират вниманието си много повече върху създаването на истории за себе си, отколкото върху чистото си промотиране. Става дума за процес, наложен с термина „сторителинг“ – разказване на корпоративни истории. И ако за традиционните брандове, за които стоят чисто търговски цели, свързани с продажба и печалба, този подход е възможен, то какво остава за културни институции като музеите, които на практика имат основната мисия да преразказват историята и да я правят жива и интересна за своите целеви публики. Безспорно всеки музей има висок потенциал да разгърне историите за своите експозиции в успешни форми на маркетинг на съдържанието.

В този дух е и дефиницията на Ст. Темелкова за този подход в съвременната комуникация: „Маркетингът на съдържанието може да бъде определен като прогрес в маркетинговата комуникационна практика, която стъпва на традиционните форми, но се развива в практика много по-ефективна, по-ефикасна и приемана от публиките. Маркетингът на съдържанието навяга на това информацията да бъде образователна, информативна, полезна и забавна. Важна е стойността на информационните материали, която се предоставя на аудиторията, защото благодарение на нея клиентът ще прецени дали да поеме по пътя от първоначалната среща с бранда до осъществяване на сделката. Използват се различни медийни формати като текст, видео, фотографии, аудио, презентации, електронни книги и инфографики, за да бъде разказана историята на марка, компания, продукт или история непряко свързана с тях, но водеща към тях“ (Темелкова 2021: 36). Насищането с подобен тип информация на множество канали в дигиталната среда гарантира, че различните публики имат достъп до това съдържание по всяко време, то се индексира в търсещите машини, а когато е съобразено и с ключовите думи на техни търсения се възпроизвежда в момента, в който

leather, clay, wood and wool, and take their handmade objects home.

When discussing website content maintenance, we can't miss to mention the concept of **content marketing**. That is another meaningful aspect of building interactivity in exhibiting cultural heritage. As Kotler wrote, content marketing is a method involving creation, organizing, distribution and augmentation of content that is interesting, relevant and useful for a clearly defined audience so that content discussions can be initiated... Companies employing good content marketing ensure access to high quality original content for their customers while telling meanwhile interesting stories about themselves (Котлър, Кармагжая, Семуан 2019: 140). That is one of the reasons why brands in the recent years have been focusing much more on creating stories about themselves rather than on pure promotion. That is actually a process described by the term 'storytelling', i.e. telling corporate stories. And if that method works for traditional brands that are after entirely business goals related to selling and earning profits, it will certainly work also for cultural institutions such as museums the main mission of which practically is to tell stories about history so that it becomes living and interesting for their target audiences. There is no doubt that every museum has a high potential to unfold the stories behind its exhibition into successful content marketing forms.

St. Temelkova's definition of this modern communication approach is in the same spirit: 'Content marketing can be defined as progress in the marketing communication practice stepping on traditional forms, yet it develops into a practice that is much more effective, efficient and better accepted by the audiences. Content marketing keeps its focus on information that is educational, informative, useful and entertaining. The value of the information materials offered to the audience is important because it will lead the customer to the decision whether to follow the road after the initial encounter with the brand until a purchase is made. There is a large variety of media formats such as text, video, photographs, audio, presentations, e-books and infographics that are used to tell the story of a brand, company, product or a story that is not directly related to them yet it leads to them (Темелкова 2021: 36)'. The

потребителят има нужда от него.

Ключово в цялата концепция за маркетинг на съдържанието е предоставянето на полезна информация по ангажиращ начин. Тук биха могли да се използват различни инструменти извън класическите медии, като социалните мрежи, блогове, уебинари, подкасти, **геймификация** и т.н. В този ред на мисли би било добра практика музеите да имат разработена концепция за маркетинг на съдържанието, още повече всяка една експозиция има значителна информационна стойност, често „крие“ редица факти и неизвестни истории, които могат да бъдат представени по ангажиращ на аудиторията начин, а чрез средствата на маркетинга и въвлекат самата публика в тази комуникация.

Създаването и разпространението на съдържание обаче не е единственото важно условие за добър подход към аудиторията. Целите на подобни инициативи, точното планиране и насочване към правилните аудитории, механизмите за усилване на съдържанието (например чрез достигане до инфлуенсъри) и оценката на този инструмент са също важни стъпки, на които следва да се обърне внимание. Разбирането на този процес и правилното му планиране и реализиране са важна част от неговия успех.

Пример за успешна геймификация – маркетингов инструмент, който прилага елементи от известни игри, разчитайки на любовта към игрите у хората, може да бъде видян в сътрудничеството между Лувъра и Нинтендо – ной-големият производител на игрални конзоли в света. През 2012 год. двете компании създават игра, която представя над 700 произведения на изкуството от Лувъра, с детайлна аудио информация и 3D изображения<sup>10</sup>.

Добър пример за маркетинг на съдържанието има и от България. През 2016–2017 г. се реализира проект за интерактивна визуализация на древноримското културно наследство в трансграничния регион между България и Румъния, като участници в него са Русенският университет и музеите в Русе и Констанца. В рамките на проекта са създадени мобилни приложения, които

profusion of such type of information on many channels in the digital environment ensures the access of various audiences to that content at any time; it is indexed in the search engines, and when it is in line with their search keywords, it is reproduced in the instant the user needs it.

The key of the content marketing concept is to provide useful information in an engaging manner. Various tools that do not belong to the classical media can be used for that purpose, such as social networks, blogs, webinars, podcasts, gamifications and so on. Following this line of thought, it would be useful for museums to have their content marketing concepts; moreover, every exhibition has a significant information value; it often 'hides' many facts and unknown stories that can be presented to the audience in an engaging way, and with the help of marketing tools they can get the audience involved in that communication.

Content creation and dissemination, however, is not the only important prerequisite for an adequate approach to the audience. The goals of such initiatives, the accurate planning and targeting to the right audiences, the content enhancement tools (through activating influencers, for example) and the evaluation of such tools are also important steps to take into consideration. Understanding, proper planning and proper performance of the process are significant for its success.

A successful example of **gamification** – a marketing tool using elements of popular games that activate people's love for games - can be seen in the collaboration between the Louvre and Nintendo, the largest game console producer in the world. In 2012, the two companies created a game that presents more than 700 works of art from the Louvre, with detailed audio information and 3D images<sup>10</sup>.

There is a content marketing success story from Bulgaria as well. A project for interactive visualisation of the ancient Roman heritage in the cross-border region of Bulgaria and Romania was implemented in 2016-2017; it was a joint project of the University of Rousse and the museums in Rousse and Constanta. A product of that project are some mobile applications

<sup>10</sup> Видео може да бъде видяно тук: <https://www.youtube.com/watch?v=CNSj11FIVc&t=46s> (17.05.2021).

<sup>10</sup> The video can be seen here: <https://www.youtube.com/watch?v=CNSj11FIVc&t=46s> (17.05.2021).

осигуряват достъп до разнообразни документи за историята на археологическите обекти и за различните артефакти, фотографии и видеоклипове, карти<sup>11</sup>.

Както вече бе споменато, съвременният маркетинг на съдържанието разчита изключително много и на т.нар. **сторителинг** – създаване и ангажиращо аудиторията съдържание, чрез интересен и увлекателен начин на разказване на истории. В духа на маркетинговата комуникация брандовете са в центъра на тези истории, провокирайки различни емоции у хората. Използването на повече визуални материали и създаването на текстове, които оживяват в тона на комуникация на потребителите са важна и неотлъчна част от този процес. За връзката между бранда и потребителите чрез умелото разказване на корпоративни истории Б. Гугова пише: „Фирмата разказва история, която отразява идентичността на бранда. Историята на бранда е самоотразяване на потребителите“ (Гугова 2018). Визуалното съдържание заема много важна част в разказването на истории.

Добър пример в тази насока е книгата „100 артефакта от героичното време. Визуални разкази в музея“, която представя епохата на българското национално Възраждане чрез експонатите, съхранени в над 30 музея от България. Историята е представена чрез 100 предмета, които онагледяват съзряването на българската нация по нетрадиционен начин. Сред артефактите са бастунчето на Баба Тонка, печата на Българския революционен комитет – Севлиево, детска рисунка на маршируващи руски воители в с. Вардун, Търговишко (1878), камбаната, обявила началото на Априлското въстание в град Клисурса, пушката на дядо Ильо Войвода, сабята на Христо Ботев и други. Този поглед към историята чрез конкретни предмети, които будят любопитството на читателите и създават нови и неподозирани насоки на тяхното въображение безспорно е пример за добро взаимодействие с аудиторията и нов начин на разказване на историите, които се крият в музейните експонати.

**Съвременните технологии могат да се из-**

enabling access to various documents related to the history of the archaeological sites and the various artefacts, photographs, videos and maps<sup>11</sup>.

As already mentioned, modern content marketing counts very much on the so-called **storytelling**, i.e. the creation of content that engages the audience through telling stories in an interesting and entertaining way. Brands are in the focus of such stories, very much in line with the marketing communication, and they activate a variety of emotions in people. Using more visual materials and creating texts that become alive with the users' communication are important and inseparable elements of that process. B. Gigova made the following comment on the connection between brands and users based on skilful corporate storytelling: 'The company tells a story that reflects the brand identity. The brand story is users' self-reflection' (Gigova 2018). Visual content is a key constituent of storytelling.

A good example is the book *100 Artefacts of the Heroic Time. Visual Museum Stories*. It presents the period of the Bulgarian Revival by the objects kept in more than 30 museums around Bulgaria. History is presented by 100 objects that visualise in an unusual way the growth of the Bulgarian nation. Some of those artefacts are Baba Tonka's cane, the stamp of the Bulgarian Revolutionary Committee in Sevlievo, a child's picture of Russian soldiers marching across Vardun Village in Targovishte region (1878), the bell that was rang to announce the start of the April Riot in Klisura, Ilyo Voyvoda's rifle, Hristo Botev's sword, and so on. That perspective to history presented by single objects that arouse readers' curiosity and lead their imagination to unimaginable new thoughts is undoubtedly an example of successful interaction with the audience and a new method of telling the stories that are hidden in museum objects.

**Modern technologies can be used in even more innovative ways to achieve effective interaction with users** without, of course, undermining the key museum mission and goal. As I. Popov commented in this relation, 'The use of new technologies should not be an end in itself. The role of the museum should always be taken into consideration, and that role is col-

<sup>11</sup> Повече за проекта може да бъде видяно тук: <https://www.archiverobg.eu/> (14.09.2018).

<sup>11</sup> More about the project can be seen here: <https://www.archiverobg.eu/> (14.09.2018).

ползват още по-иновативно за ефективно взаимодействие с потребителите, разбира се, без да се пренебрегва основната мисия и цел на музеите. В тази връзка И. Попов отбелязва „Навлизането на новите технологии не бива да бъде самоцел. Трябва винаги да се има предвид ролята на музея, а тя е да събира, опазва, изследва и представя културни ценности с познавателна, образователна и естетическа цел“ (Попов 2016: 309).

Добър пример за техническо приложение в музейното дело е технологията **Augmented Reality (Добавена реалност)**. В съчетание с възможностите за гео-локализиране, разпознаване на обект и 3D някои музеи вече превръщат преживяването на потребителя в музейното пространство в истинска дигитална разходка във времето и пространството, помагайки на посетителите да разберат по-добре културно-историческото наследство, представяно в музеите. Добър пример в това отношение е The Franklin Institute и проекта „Terracotta Warriors AR“, където чрез използването на добавена реалност посетителите могат да видят 3D обект на всеки елемент в експозициите, като по този начин се пренесат векове назад и преживеят историята, представена в експозицията далеч по-емоционално и вълнуващо<sup>12</sup>. Разнообразните възможности, които тази технология дава, могат да превърнат експозиционното пространство и в персонализирано, чрез добавянето на различни елементи, които са въпрос на избор от страна на посетителите. А. Анчев и М. Виденова дават интересна гледна точка към музейните изложби: „Всяка музейна изложба е субективно преживяване, в което колкото са посетителите, толкова са възможните прочити и оценки“ (Анчев, Виденова 2016: 81).

П. Атанасов обръща внимание на една важна функция, която добавената реалност има в областта на музейното дело (Атанасов 2016: 108) „Съгласно новата роля, която се преписва на музея, той трябва да бъде център за производство на знания и обучение. На практика двете институции (на училищата и музеите: бел.авт.) са

lecting, preserving, researching and presenting values for informative, educational and aesthetic purposes’ (Попов 2016: 309).

A good example of museum-appropriate technological achievement is the **augmented reality** technology. Combining it with the possibility for geo-localization, object identification and 3D, some museums are already transforming visitors’ experience into a real digital visit to a different time and a different space, thus helping their users to understand better the cultural heritage presented by museums. A good example is The Franklin Institute and the **Terracotta Warriors AR** project, where augmented reality allowed users to see a 3D image of every exhibition element, thereby going centuries back to experience history presented in the exhibition in a very emotional and exciting way<sup>12</sup>. The large scope of possibilities provided by this technology can be used to personalise the exhibition space by adding different elements chosen by the visitors. A. Anchev and M. Videnova suggested an interesting perspective to museum exhibitions: ‘Every museum exhibition is a subjective experience: the possibilities for interpretation and evaluation are as many as the number of visitors’ (Анчев, Виденова 2016: 81).

P. Atanasov turned the focus to an important function augmented reality performs in museum activities (Атанасов 2016: 108): ‘In compliance with the new role attributed to the museum, it should be a knowledge and education production centre. In fact, these two institutions (schools and museums – *author’s note*) are connected, and that connection means education promotion and facilitation.’ Therefore, augmented reality in museums can be regarded not only as a vehicle for interaction with users giving new possibilities for experiences in that space; it can be seen as a tool to encourage children to learn more about cultural heritage through interactive scenarios with users’ participation. Furthermore, he gave examples of the positive impact augmented reality used for educational purposes has on students’ motivation, engagement and stable focusing in the course of the educational process.

It is, of course, important to note here that a key

<sup>12</sup> Видео представяне може да бъде видно тук: [https://www.youtube.com/watch?v=9advEusJB\\_Y](https://www.youtube.com/watch?v=9advEusJB_Y) (14.09.2018). Търсене на видеото в YouTube под име „China’s Terracotta Warriors get armed with AR“.

<sup>12</sup> A video presentation can be seen here: [https://www.youtube.com/watch?v=9advEusJB\\_Y](https://www.youtube.com/watch?v=9advEusJB_Y) (14.09.2018). The video „China’s Terracotta Warriors get armed with AR“ can be seen on YouTube.

свързани, като тази връзка означава насърчаване и улесняване на обучението“. Ето защо на добавената реалност в музеите може да се гледа не само като на средство за взаимодействие с посетителите, което дава нови възможности за преживяване в това пространство, но и като средство децата да бъдат стимулирани да научат повече за културното наследство чрез интерактивни сценарии, в които потребителите могат да участват. Той привежда и примери, от които е видно, че употребата на добавена реалност за учебни цели влияе положително на мотивацията на учещите, тяхното ангажиране и задържане на вниманието върху учебния процес.

Разбира се, тук е важно да се отбележи, че ключов момент при разработването на добавена реалност е намирането на баланс между представянето на елемента на забавление и самия обект на експозицията. Забавлението не бива да концентрира цялото внимание на посетителя, а само да създаде нужния контекст, за да провокира интерес и предостави допълнителна информация.

Друга важна платформа за изграждането на взаимодействие при експониране на културни наследства предлагат **мобилните приложения**. Редица музеи предлагат свои приложения, чрез които посетителите имат достъп до карта на експозицията, аудио гидове, допълнителна информация за експонатите, интерактивни елементи и т.н. А. Чарлзуорт заключава: „Технологиите не предизвикват промяна в поведението, те позволяват промяна в поведението“ (Charlesworth 2018: 27). Именно съвременните технологии могат да променят начина, по който посетителите в един музей взаимодействат с музейната експозиция. От друга страна мобилното приложение позволява активна и регулярна комуникация с потребителите, бидейки част от мобилното устройство, което неизменно е част от живота на тези потребители 24 часа в денонощието и 7 дни в седмицата. Известията, възможностите за представяне на важни събития и т.н. са възможности, чрез които едно мобилно приложение може да бъде използвано и като активна комуникационна платформа.

Безспорно важен елемент в развитието на новите технологии за взаимодействие с аудиторията играе и изкуственият интелект (Artificial

Национална Галерия



## Летящи хора. Крава в поле. Небето бяло.

### ОБРАЗ И ПОДОБИЕ

77 автопортрета от колекцията на Николай Неделчев  
Национална Галерия - Двореца, пл. „Княз Александър I“ №1  
14 август - 4 октомври

Национална Галерия



## Дете държи ябълки. Черни облаци. Чаша върху релси.

### ОБРАЗ И ПОДОБИЕ

77 автопортрета от колекцията на Николай Неделчев  
Национална Галерия - Двореца, пл. „Княз Александър I“ №1  
14 август - 4 октомври

Визии от кампанията на изложба „Образ и подобие“.  
Източник: рекламна агенция Saatchi & Saatchi.  
'Image and Likeness', visions of the exhibition campaign  
Source: Saatchi & Saatchi advertising agency

intelligence – AI). В световен мащаб вече има примери за приложение на изкуствен интелект в музейното дело. Изкуственият интелект е свързан с разработването на компютърни системи, чрез които машините се обучават на способности, присъщи за хората – да разсъждават, да се учат, да планират или да творят. В много индустрии технологията е ценна от гледна точка на изучаването на разнообразни потребителски модели и персонализирането на взаимодействието с аудиторията. В близко бъдеще може да се разчита, че благодарение на тази технология посетителите в един музей ще могат да разглеждат експозициите под акомпанимента на персонален гид, който представя много и различни гледни точки, детайли и информация, свързана с музейните експонати, при това адаптирайки се към спецификата на всеки един индивид. Така например, подходът при дете на възраст под 10 години би бил един, а при възрастен човек с вече натрупани знания – друг.

Разбира се, трансформацията на културни събития във виртуална среда е въпрос не само и единствено на наличие на подходяща техническа инфраструктура и финансиране, но най-вече на **идея** и подход, които да доведат до желания резултат.

Като референция от българската практика може да бъде дадена кампанията по привличане на посетители в изложбата „Образ и подобие“ на колекционера Николай Неделчев. „Образ и подобие“ включва 77 автопортрети на съвременни творци. През 2015 г. изложбата в Националната художествена галерия привлече посетители чрез нестандартна кампания, в която отделни визии, част от кампания във външни медии, преразказваха буквално онова, което очите на посетителите виждат в съответната картина<sup>13</sup> (изобр. 5). Кампанията на агенция Saatchi & Saatchi провокира хората да създадат в съзнанието си собствена картина на описаното и да я сравнят на място, посещавайки изложбата. Кампанията предизвика множество коментари, но благодарение на подхода си превърна изложбата в едно от най-посещаваните събития в историята на

moment in developing augmented reality is to find the balance between the presentation of the entertaining element and the actual exhibition object. Entertainment should not absorb all the attention of the user; it should just create the context needed to provoke interest and provide additional information.

Another important platform enabling interaction related to cultural heritage exhibitions is offered by **mobile applications**. Many museums have their own applications giving their users access to the exhibition map, the audio guide, additional information about the objects, interactive elements, etc. A. Charlesworth made the conclusion that technologies do not lead to behaviour changes; they enable behaviour changes (Charlesworth 2018: 27). Modern technologies have the capacity to change the way museum visitors interact with the museum exhibition. The museum application, on the other side, allows for active regular communication with the users by being part of the mobile device that is invariably in the users' lives 24 hours a day, 7 days a week. Announcements, possibilities to present important events and so on are ways to use a mobile application as an active communication platform.

An important element in the development of new technologies towards interaction with the audience certainly is the **artificial intelligence (AI)**. Worldwide, there are already examples of using artificial intelligence in museum activities. The artificial intellect is connected to the design of computer systems through which machines are trained in capabilities natural for people: thinking, learning, planning or creating. In many industries, this is a valuable technology from the perspective of exploring various user models and personalising the interaction with the audience. Presumably, in the near future this technology will allow users in a museum to see the exhibitions with the assistance of a personal guide presenting many different perspectives, details and information about the museum objects; moreover, all that will be adapted to the user's personality. The approach to a 10-year old child, for example, will certainly differ from the way the same information is offered to an adult with knowledge and experience.

Indeed, the transformation of cultural events in a virtual environment is not only a matter of available

<sup>13</sup> Повече може да се види тук: <https://www.manager.bg/крийтив/смела-кампания-на-saatchi-saatchi-представя-арт-проект> (30.07.2020).

галерията.

Освен през призмата на технологиите и иеите е важно на музеите да се погледне и като на **брандове**. Всичко казано дотук в този текст очерта необходимостта музеите да изградят активни взаимоотношения със своите публики. Стана ясно, че има много и различни методи, които съвременният маркетинг има и позволява да се приложат в областта на музеите по отношение на ангажиране на потребителите и превръщането им в медия. Всичко това обаче е свързано и с цялостния образ и позициониране на музеите в съзнанието на потребителите – тема, свързана пряко с концепцията за развитие на брандове.

Един от доайените на маркетинга, наричан също така „баща“ на тази наука – Филип Котлър, говори в своята книга „Маркетинг 4.0“ за „центрирани върху хората марки“ – концепция, в която може да открием много голям потенциал за всяка културна институция. Преди това обаче може би трябва да уточним, че самият Котлър отдавна говори за човека като основа на съвременния маркетинг и в своите трудове ясно проследява този процес. В своите първи трудове, които може да бъдат обозначени като Маркетинг 1.0 той говори за ръководения от продукта маркетинг. Маркетинг 2.0 е посветен на центрирания върху клиента маркетинг. Маркетинг 3.0 е центрирания върху човека маркетинг – преход от клиента към човешкия дух. Маркетинг 4.0 комбинира онлайн и офлайн взаимодействието между компаниите и клиентите, като използва връзката човек с човек, за да засили ангажирането на клиента.

Във връзка с това Котлър въвежда термина „**дигитална антропология**“: „Дигиталната антропология се фокусира върху връзката между човечеството и дигиталната технология. Тя изследва как хората взаимодействат с дигиталните интерфейси, как се държат в контекста на технологиите и как ги използват, за да взаимодействат един с друг. Може да се използва и за да разберем как хората възприемат марките в своите дигитални общности и какво ги привлича към определени брандове“ (Котлър, Картаджая, Сетиуан 2019: 129).

Изследването на хората в дигитална среда безспорно е сред много важните задачи, за да се

technical infrastructure and funding; it is above all a question of having the right **idea** and approach leading to the proper result.

A reference for the Bulgarian practice can be the promotion campaign of the exhibition 'Image and Likeness' of the collector Nikolay Nedelchev. 'Image and Likeness' included 77 self-portraits of modern artists. In 2015, that exhibition in the National Gallery attracted visitors by an unusual campaign: they published in external media literal descriptions of what the eyes of visitors actually saw in given pictures<sup>13</sup> (image 5). Saatchi & Saatchi's campaign provoked the people to create in their imagination their own picture based on the description and, going to the exhibition, to compare it to the actual picture. That campaign activated many people to make comments; owing to that approach, however, the exhibition became one of the most visited events in the history of the gallery.

Alongside the perspective of technologies and ideas, museums should also be seen as **brands**. Everything written in this text so far has outlined the need for museums to build active relationships with their audiences. It is already clear that there are numerous diverse methods modern marketing has and offers for use in the world of museums concerning the efforts to engage visitors and transform them into media. All that, however, is linked to the general image and positioning of museums in users' minds – a question that has a direct connection to the brand development concept.

One of the doyens of marketing, also referred to as the 'father' of this science, Philip Kotler, wrote in his book *Marketing 4.0* about **human-centric brands** – a concept where we can find promising possibilities for any cultural institution. We should first of all, anyhow, clarify that Kotler has been referring for a long time to man as the fundament of modern marketing, and clearly follows this concept in his works. In his first works that can be designated as Marketing 1.0, he wrote about product-guided marketing. Marketing 2.0 is about customer-centric marketing. Marketing 3.0 is human-centric marketing, a transition from the customer to the human spirit. Marketing 4.0 combines

<sup>13</sup> More can be seen here: <https://www.manager.bg/кпиеймув/смела-кампания-на-saatchi-saatchi-представя-арм-проект/30.07.2020>.

гарантира ефективност на комуникацията в дигитална среда и качествено изграждане на взаимоотношения с потребителите. С. Котлър представя няколко метода за това, като социално слушане, нетнография и емфатични изследвания.

**Социалното слушане** има за цел да проследи мненията за даден бранд в интернет среда. То се базира на софтуерен продукт, който технологично събира информация за споменаването на брандове или конкретни теми и ключови думи, като тези софтуери различават позитивен от неутрален и дори негативен контекст. Съществуват компании, които се специализират в социално слушане, а все повече големи брандове се абонират за техните системи, като така могат да проследяват и анализират в реално време съдържанието, генерирано от потребители в интернет, за тези брандове или по интересуващите ги теми. Подобен инструмент за събиране на информация е особено ценен от изследователска гледна точка, тъй като дава обективни и непредубедени данни за потребителя. Класическите изследвания често срещат проблем, че хората невинаги споделят това, което действително мислят и правят. Социалното слушане проследява техния открит и откровен изказ в дигитална среда. Системите за социално слушане могат да разкрият много и различни гледни точки към съдържанието, което предлагат музеите в дигитална среда, да анализират начина на възприемане на това съдържание, а на база на тази информация да се изгради и по-добра тактика за създаване и разпространение на съдържание в дигитална среда. Тези системи могат да идентифицират също така активни социални общности и индивиди, конкретни платформи, в които се обсъждат релевантни теми и т.н. Всичко това ще доведе до по-ефективен и точно премерен маркетинг на съдържанието.

Т.нар. **нетнография** (етнография, фокусирана върху интернет) изследва човешките поведения в онлайн общностите. За разлика от социалното слушане тук се наблюдава активно участие, като нетнографите се ангажират в разговорите и осъществяват връзка с хората, които изследват. Котлър обобщава: „Докато социалното слушане използва предимно софтуер за мониторинг на социални мрежи, за да създава автоматично

online and offline interrelation between corporations and customers, using the man-to-man connection in order to increase customers' engagement.

In relation to that, Kotler introduced the term **digital anthropology**. He commented that digital anthropology is focused on the connection between mankind and digital technology. It explores the way people interact with digital interfaces, the way they behave in the context of technologies and the way they use them to interact with each other. It can also be used to see the way people regard brands in their digital communities and what attracts them to certain brands (Котлър, Кармагжая, Семуан 2019: 129).

To do a research on people in a digital environment is unquestionably a most important task that will help to ensure effective communication in the digital environment and build quality relationships with users. Kotler presented a number of methods to do that, such as social listening, netnography and emphatic research.

The purpose of **social listening** is to keep track on the Internet comments concerning a certain brand. It is based on a software product that is a technology to collect information about mentioning brands or specific topics and keywords; such software products are even capable of making difference between positive, neutral and even negative contexts. There are companies specialized in social listening. Furthermore, a growing number of large brands subscribe to their systems in order to be able to perform real time tracking and analyses of user-generated content on the Internet concerning those brands or specific topics. Such information collecting tools are very interesting for researchers because of the objective and unbiased user data they provide. Classical research efforts often encounter the problem of people not always sharing what they actually think or do. Social listening tracks their open and frank expression in a digital environment. Social listening systems can reveal numerous different viewpoints to the content offered by museums in a digital environment, analyse the way the content is perceived, and, based on that information, it is possible to build a better method of content creation and dissemination in a digital environment. Those systems are also capable of identifying active social communities or separate people, specific platforms where relevant

зрително представяне на данните, нетнографията изисква от изследователите да синтезират по-дълбоките си прозрения. От нетнографите се изисква да разсъждават върху онава, което наблюдават, както и върху личните си чувства, когато станат членове на общностите“ (Котлър, Кармагжая, Сетиуан 2019: 131). От гледна точка на музеите в ролята на нетнографи могат да влизат различни вътрешни аудитории, които на база на интересите и дискусии в конкретни социални общности да развиват и предлагат съответно съдържание, свързано и с експозициите на съответния музей.

**Емфатичните изследвания** от своя страна включват човешката перспектива и емпатия в изследванията си и изискват широк екип от изследователи – психолози, антрополози, инженери, маркетинголози и т.н., които на терен да се потопят в общностите на клиентите и да наблюдават латентни потребности. Пресечната точка между различните данни, които различните специалисти в тези екипи извличат, обикновено води до създаване на нови продукти и решения, нови форми за преживяване на клиента или нова насока за брандинга.

И нека се върнем към темата за музеите като брандове и теорията на Котлър за „**центрираните върху хората брандове**“. Настоящият текст извежда на преден план тезата, че музеите са изключително подходящ и добър пример за подобен тип бранд. Ако тезата, че центрираните върху хората брандове са успешни, то музеите преди всичко се предполага, че се фокусират върху човека и неговите културни ценности в миналото, настоящето и бъдещето. То тогава всеки музей може да се превърне в пример за успешен бранд.

Котлър представя следните 6 характеристики на центрираните върху хората марки (Котлър, Кармагжая, Сетиуан 2019: 133), които всъщност са човешки характеристики, които правят привлекателни хората, но Котлър ги пренася и в корпоративния свят и отнася към привлекателността на брандовете:

1. *Физическа привлекателност* – чрез дизайн на продукта или преживяването на клиента. В този ред на мисли експозиционният дизайн на музеите и бранд идентичността им е важен елемент

topics are discussed, etc. All that will lead to a more effective and accurately measured content marketing.

The so-called **netnography** (ethnography focused on the Internet) explores human behaviours in the online communities. Unlike the situation with social listening, netnography involves active participation; netnographers participate in discussions and contact the people they include in their research. Kotler summarized that while social listening uses predominantly social network monitoring software to automatically create visual data presentation, netnography requires that researchers synthesize their deeper insights. Netnographers are expected to reflect on what they observe as well as on their personal feelings when they become members of communities. (Котлър, Кармагжая, Сетиуан 2019: 131). From the museum perspective, various in-house audiences can assume the role of netnographers, and – based on the interests and discussions in specific social communities – they can create and suggest corresponding content that is also related to their museum’s exhibitions.

**Emphatic research** in its turn includes human perspective and empathy and requires a wide range of researchers: psychologists, anthropologists, engineers, marketers, etc., who, when doing fieldwork, mingle with their customers’ communities and observe latent needs. The cross point between the different data obtained by the various professionals in those teams leads as a rule to designing new products and solutions, new customer experience forms or new branding trends.

Let’s now go back to the question of museums as brands and Kotler’s theory of **human-centric brands**. This text underlines the concept that museums are an exceptionally suitable example of a brand of that type. If the assertion that human-centric brands are successful is true, when it comes to museums, they are actually focused on man and his cultural assets in the past, today and in the future. Well, then every museum can become an example of a successful brand.

Kotler presented 6 attributes of human-centric brands (Котлър, Кармагжая, Сетиуан 2019: 133) that are actually human characteristics that make people attractive; Kotler, however, has transferred them to the corporate world, linking them to brand appeal:

1. *Physical attractiveness* through product design or customer experience. In this line of thought, museum

В привличането на целевата аудитория.

2. *Интелектуалност* – марките, които притежават интелектуалност са иновативни и имат способност да предлагат изпреварващо продукти или услуги, преди дори самите клиенти да са си ги представили. Навлизането на нови технологии и поднасянето на културното наследство по нетрадиционни начини са до голяма степен пример за подобен подход.

3. *Общителност* – общителните и гружелюбни марки участват в активен диалог с потребителите си. Това трябва да е цел и поведение и на музеите – те трябва не само да инициират диалог с целевите публики, но и да разпалват дебата, да търсят много и различни гледни точки към поднасяната информация, да провокират и насърчават изследователите към нови полета за изява.

4. *Емоционалност* – брандове, които събуждат емоции, могат да мотивират благоприятни реакции у потребителите.

По-горе в текста разгледахме и концепцията за марките на любовта и те се базират точно на подобен тип емоционалност. Вдъхновяващите послания и истории са тези, които правят брандовете емоционални. Но какво може да провокира по-истински и вълнуващи истории от самата история? Непогривена, но разказана по увлекателен начин. Правдива, предавана от поколение на поколение, но пресъздадена днес така, че дори тези, които са най-далеч от миналото да станат най-съпричастни и да я преживеят със силен емоционален заряд. Да, музеите безспорно могат и трябва да раждат истории. А това винаги поражда емоция и обвързаност. Разбира се, не само съдържанието, но и формата е важна. Днешният забързан, динамичен, цветен и разнообразен свят изисква подходяща динамична и интерактивна форма, в която тези истории да оживеят.

5. *Приятни маниери* – това са марките, които са готови да демонстрират самоувереност и мотивация да се самоусъвършенстват. Като пример могат да се посочат марки, които минимизират отрицателното социално и екологично въздействие на своите бизнес дейности. Но приятните маниери са свързани не само с темата устойчивост, към която всеки музей може лесно да се приобщи. Допускането на много и различни

exhibition design and brand identity is an important element in attracting target audiences.

2. *Intellectuality*. Brands featuring intellectuality are innovative and are capable of offering products and services even before the customers have imagined them. Using new technologies and showing cultural heritage in unusual ways are to a large extent examples of that approach.

3. *Ability to be communicative*. Communicative and friendly brands keep an active dialogue with their customers. That should be museums' goal and behaviour; they should not only initiate a dialogue with their target audiences, but they should just as well keep the debate going, and look for many varying viewpoints to the information that is provided; they should provoke and encourage researchers to find new performance fields.

4. *Emotionality*. Brands that stir emotions can motivate favourable reactions in users.

Earlier in this text we mentioned the concept of love marks, and they are based exactly on that type of emotionality. Inspiring messages and stories make brands emotional. But is there anything that can provoke more real and exciting stories than history per se? Not embellished, just told in an exciting manner. Truthful, transmitted from generation to generation, and yet today told in a way that even those, who are farthest away from the past, feel strongest empathy and experience it very emotionally. Indeed, museums undoubtedly can and should generate stories. Which is always a source of emotion and commitment. Certainly, form also matters, not just the content. Our dynamic, hasty, bright and diverse world needs a suitable dynamic and interactive form in which the stories can become alive.

5. *Pleasant manners*. Those are the brands that are ready to demonstrate self-confidence and motivation for self-improvement. The example can be brands minimising the negative social and environmental impact of their business operations. Pleasant manners, however, are related not only to the matter of sustainability that each museum can easily embrace. Allowing for many and diverse user perspectives to the stories told by the museum, tolerance to opposing opinions or the provocation for the modern person to become part of the past and experience it, the possibility for a person to become directly involved in history through its reconstruction are examples to that end.

гледни точки на потребителите към историите, които музеят разказва, търпимостта към различното мнение или провокацията към съвременния човек да стане част от миналото и да го съпреживее, възможността хората да бъдат пряк участник в историята, чрез нейното пресядаване, са все примери в тази насока.

б. *Нравственост*. Марките със силен морал се водят от ценности, и именно тези ценности са в основата на всяко бизнес решение. Безспорно мисията на музеите е свързана повече от всичко друго с ценности. Нещо повече, именно благодарение на тях тези ценности се съхраняват и развиват.

Центрираният върху хората маркетинг и превръщането на марките в хора (метафорично) са тенденция, която ще се развива все по-силно напред. Ролята на музеите е да възприемат този маркетингов подход като присъщ и за тях самите. Ако в миналото маркетингът беше икономическа дейност, преследваща печалби, а това само по себе си беше далечно и непознато за сферата на културата и историята, днес маркетингът все повече и повече се базира на човешкото поведение и човешките потребности. На този фон музеите също се променят и търсят нови аудитории и нови форми на изразяване. И. Бокова пише: „Същевременно музеят, който разказва за живота на обществата, за култури – начини на живот, също търпи промени, като пренаглежда и пренаписва отношенията на човека с места на живеене, с начини на обитаване и търси нови опори в места и територии, обживявани и преживявани от разнообразни общности“ (Бокова 2016: 249).

Така обрисуваната динамика – в развитието на музеите, в развитието на маркетинга, и в живота на съвременния човек диктува една среда, бързаща към бъдещето, но и даваща много и различни гледни точки към общуването и взаимодействието между хората, макар и на бързи обороти. И така, както бързата скорост на движение е овладяна от технологията, така и общуването и изграждането на взаимоотношения с хората в забързаното ежедневие на съвременния живот се обуздава и трябва да бъде на фокус от всяка една институция, независимо от нейните мисия и цели. Отворени към това

6. *Morality*. Brands of strong morality are guided by valuable priorities, and it is such priorities that are at the bases of each business decision. There is no doubt that the mission of museums is related more than anything else to values. Moreover, it is namely through museums that those values are preserved and further developed.

Human-centric marketing and brands being transformed to people (metaphorically) has become a trend that will be strengthening in the future. The role of museums is to adopt that marketing approach as something typical for them. If marketing was earlier a business activity focused on bringing profits, which was something foreign and unknown in the domain of culture and history, marketing today is being strongly developed on the basis of human behaviour and human needs. On this background, museums are also changing and are looking for new audiences and new expression forms. I. Bokova wrote: 'At the same time the museum that tells about the life in different social systems, and about different cultures that are a way of life, is also undergoing transformations as it is rearranging and rewriting man's relationships with living places, with habitation styles, and is looking for a new support in places and territories that have absorbed the experiences of and have been experienced by various communities' (Бокова 2016: 249).

The progress of changes described above – in museum development, marketing development, modern man's life – dictate an environment heading off to the future but also offering numerous and diverse perspectives to communication and interaction between people even if at a high speed. So, if the fast speed of movement is mastered by technology, just the same way communication and building relationships with people in the hasty modern daily routine is getting tamed and should be in the focus of every institution regardless of its mission and goals. Being open to that future, museums have the huge potential to be not only the physical place where cultural heritage is on display; they can turn into an emotional environment that transforms people into participants in history, makes them the centre of events, makes them experience and in turn reproduce what is happening. All that turns people from consumers into creators. Creators like those people without whom history and culture can't exist.

бъдеще, музеите имат високия потенциал да се превърнат не само във физическо място за експониране на културно наследство, но и в емоционална среда, която превръща хората в участници в историята, прави ги център на случващото се, кара ги да преживеят и на свой ред пресъздават случващото се. А това превръща тези хора от консуматори в създатели. Създатели, като онези хора, без които историята и културата не може.

**Доц. д-р Кристиан Шнорк Постагжиян**

Нов български университет

Корпус I, офис 123

ул. „Монтевидео“ 21

1618 София, България

kpostagian@nbu.bg

**Assoc. Prof. Christian Postagian, PhD**

New Bulgarian University

Office 123

Montevideo St., 21

1618 Sofia, Bulgaria

kpostagian@nbu.bg

**Литература / References**

**Анчев, Анатоли, Вигенова, Михаела 2016.** Етнографската музейна изложба като преживяване. – Във: Водинчар, Елена, Яна Гергова, Светла Казаларска (съст.). *Сборник доклади „Музеят и обществото на спектакъла“*. София: ИЕФЕМ – БАН, Парадигма, 79–98.

**Атанасов, Петър 2016.** Новият музей и цифровото бъдеще. Приложение на AR в музейна среда. – Във: Водинчар, Елена, Яна Гергова, Светла Казаларска (съст.). *Сборник доклади „Музеят и обществото на спектакъла“*. София: ИЕФЕМ – БАН, Парадигма, 107–125.

**Бокова, Ирена 2016.** Музей и културен пейзаж. – *Български фолклор*, 42(3), 2016, 248-266.

**Бонева, Вера, Русев, Руско 2017.** Регионалните музеи в културната инфраструктура на България. София: Институт за приложна музеология.

**Бошнакова, Десислава 2016.** *Колективната мъдрост (краудсорсинг)*. София: Роу комуникация-шънс.

**Гизова, Боряна 2017.** Емоционалният брандинг и теорията за марките на любовта (Lovemarks). – *Годишник на департамент „Масови комуникации“*,

НБУ. Достъпен на: [http://ebox.nbu.bg/mascom18/view\\_lesson.php?id=12](http://ebox.nbu.bg/mascom18/view_lesson.php?id=12) (20.09. 2021).

**Иванов, Димитър, Дебрюне Нина 2012.** *Историческият музей. Храм на добродетели*. София: Университетско издателство „За буквите – о писменехъ“.

**Иванова, Слава 2015.** *Концепция за развитието на Национален музеен комплекс – София 2015-2020*. Достъпен на: [www.nationalgallery.bg](http://www.nationalgallery.bg) (21.09.2021).

**Котлър, Филип, Картагжая, Хермауан, Семиуан, Иуан 2019.** *Маркетинг 4.0 От традиционното към дигиталното*. София: Локус пбблишинг.

**Ненов, Николай 2018.** *100 артефакта от героичното време. Визуални разкази за музея*. София: Импресарско-издателска къща „РОД“.

**Попов, Иво 2016.** Съвременни тенденции в експозиционния дизайн на музеите. – *Български фолклор*, 42(3), 295–312.

**Робъртс, Кевин 2004.** *Марките на любовта. Бъдещето отвъд търговските марки*. София: Издателство Фокус.

**Темелкова, Стефания 2021.** Content marketing

инструменти за позициониране на марката в съзнанието на потребителите. – В: Темелкова, Стефания (съст.). *Сборник с доклади от първа научно-приложна конференция „Маркетинг в действие“, 10 октомври 2019, НБУ. София: Аско-ни-издат, 32–45.*

**Томс, Жюстин 2005.** *Интернет рекламата. Мисията – възможна.* София: Ciela.

**Томс, Жюстин 2007.** *Онлайн маркетинг.* София: Ciela.

**Томс, Жюстин, Георгиев, Денислав 2010.** *Успешен онлайн маркетинг с 65 примера от практиката.* София: Ciela.

**Хоугард, Съорен, Биере, Могенс 2009.** *Стратегически маркетинг на взаимоотношенията.* София: Ciela.

**Charlesworth, Alan 2018.** *Digital Marketing: A Practical Approach.* London: Routledge.

**Lecinski, Jim 2011.** *Winning the Zero Moment of Truth: ZMOT.* Zero Moment of Truth ebook – <https://www.thinkwithgoogle.com/future-of-marketing/emerging-technology/2011-winning-zmot-ebook/> (21.09.2021).

**McCrinkle, Mark 2014.** *The ABC of XYZ Understanding the global generations.* McCrinkle Research Pty Ltd.

**Viccars, John 2017.** *Get the most from experiential marketing.* Admap.

**Walsh, John 2013.** *Experiential marketing.* Salem press encyclopedia.

**Wiedmann, Klaus-Peter 2018.** The power of experiential marketing: exploring the causal relationships among multisensory marketing, brand experience, customer perceived value and brand strength. – *Journal of Brand Management*, 25(3).

## Местни наследства – преосмисляне на културни ресурси

Валентина Ганева-Райчева, Николай Ненов

**Резюме:** Изследователските търсения са насочени към начините на конструиране и представяне на културните наследства, обусловени от местни специфики. Важна за нас се оказва действителността, в която представителите на местни общности или заинтересовани страни, групово или индивидуално, работят за формиране на наследства, които за тях са специални и престижни, тъй като ги отличават от други, чрез тях те изразяват себе си и се вписват в локуса тук и сега. Текстът се позовава на теренни материали от регионите на Сливен и Русе. В обсега на внимание са празнични събития, посветени на местни биологични ресурси и хранителни традиции, възстановки на миналото, ревитализирани празници от времето на социализма, спортни прояви, които създават възможности за популяризиране на местни наследства и определен културен пейзаж. Чрез представяне на отделни случаи се привеждат аргументи за културното събитие (празник, фестивал, събор) като инструмент за ценностно остойностяване на местни културни ресурси, използван активно от общностите, за които те са важни. Коментират се въпроси за преосмисляне на наследства, за привнасяне на ценности отвън и припознаването им като свои, за сложните връзки, изграждани от селата и градовете в един регион.

**Ключови думи:** културни ресурси, преосмисляне, валоризация, местни наследства, местни общности

### Уводни думи

Настоящото проучване се опира на резултати от проект<sup>1</sup>, който опитва да разпознае форми на наследства, представени в музеи или станали видими с помощта на изявите на местните общности, на специалисти и заинтересовани страни, свързани с културни наследства. Изследователските търсения са насочени към начините на конструиране и

<sup>1</sup> Проект „Културни ресурси, валоризиране на наследства и местно развитие“, финансиран от Фонд „Научни изследвания“ (ДН20/12 от 2017 г.).

## Local Heritage: Re-appreciation of Cultural Resources

Valentina Ganeva-Raycheva, Nikolay Nenov

**Summary:** This research deals with the way local specificities predetermine the methods of cultural heritage construction and presentation. It was important for us to see the reality in which local community representatives or stakeholders, regardless of whether acting as groups or individuals, work to form heritage that is special and prestigious for them as it distinguishes them from others; they use it for self-expression, and fit in the locus here and now. The text steps on field materials from the regions of Sliven and Rousse. The scope of attention embraces festivity events related to local biological resources and food traditions, re-enactments of the past, revitalized celebrations from the socialist era, or sporting events that enable the promotion of local heritage or a certain cultural landscape. The individual cases that are presented provide reasoning for the given cultural event (feast, festival, fair) to be actively employed as a tool to appreciate the value of local cultural resources by the communities finding such resources significant. The questions commented here concern heritage re-appreciation, introduction of external heritage that is accepted as local, and the complicated relations built by the villages and towns in a region.

**Keywords:** Cultural resources, re-appreciation, valorization, local heritage, local communities.

### Introduction

This work is based on the outcomes of a project<sup>1</sup> aiming at identifying the heritage forms presented in museums or made visible through actions of local communities, professionals and stakeholders related to cultural heritage. The research quest is centred on cultural heritage methods of construction and display predetermined by local specificities and complying with established regional brands, city myths or heritage images<sup>2</sup>.

Cultural heritage form identification is, as a rule, influenced by the memory places and by the heritage promotion institutions (tourist information centres, tour operators, media, NGOs); they operate with pre-

<sup>1</sup> ‘Cultural Resources, Heritage Valorization and Local Development’ project funded by the National Science Fund (ДН20/12 of 2017).

<sup>2</sup> See other articles on the same topic in this book.

експониране на културните наследства, обусловени от местни специфики, съобразени с утвърдени регионални брандове, градски митове или образи на наследството<sup>2</sup>.

Идентифицирането на форми на културни наследства обикновено е опосредствано от местата на паметта, както и от институции, популяризиращи наследството (туристически информационни центрове, туроператори, медии, неправителствени организации), опериращи с готови образи, които транслират до потребителите. Но особено важна за нас се оказва действеността, в която представителите на местни общности или заинтересовани страни, групово или индивидуално, работят за формиране на наследства, които за тях са важни и престижни, тъй като ги отличават от други, но чрез тях те изразяват себе си и се вписват в локуса тук и сега. Естествено, като среда, в която наследствата се определяват, твърде често може да проследим и съучастието на музея в процесите на ценностно остойностяване, където той се изявява не само като посредник, но и като среда за общуване с наследството. Музеят твърде често налага модели – образи на наследството – и въздействия с примерите, които се съдържат в неговите културни политики (Бокова 2020, Великов 2021, Трифонова-Костадинова 2021). Едновременно с това съществуват и форми на наследствата, които не са част от музейните репрезентации.

Ще насочим вниманието към ресурси, които изразяват остойностената връзка на човека и общностите с конкретна екологична среда. Тези ресурси подлежат на управление и промяна – процеси, които зависят от активността и способността на общностите и обществото да ги използват за целите на бъдещето. Основаваме се на разбирането за неделимостта на наследството като съвкупност от природни и културни ценности, намерило израз в международни актове, насочени към опазване на природни и културни ресурси и културно разнообразие<sup>3</sup>. Важна тенденция в културните политики през последните години са опитите за хармония и

set images that are transliterated to the users. What we find most important for us, however, is the reality in which local community or stakeholder representatives, regardless of whether acting as groups or individuals, work to form heritage that is special and prestigious for them as it distinguishes them from others; they use it for self-expression, and it helps them fit in the locus here and now. Certainly, since the museum is an environment in which heritage acquires a material presentation, we can often trace the co-participation of the museum in the value estimation processes in which it functions as a mediator and as an environment offering communication with heritage. The museum often boosts heritage image models, and tends to exercise influence through the examples its cultural policies contain (Бокова 2020, Великов 2021, Трифонова-Костадинова 2021). On the other hand, there are heritage forms that are not part of the museum representations.

We will focus on resources expressing the evaluated connection of man and communities with a particular natural environment. Such resources can be managed and changed - i.e. they can undergo processes that depend on the pro-active capacity and the capability of the communities and the society to use them for the needs of the future. The logic we follow is that heritage is indivisible as it is an aggregate of natural and cultural wealth covered by international documents meant to protect natural and cultural resources and cultural diversity<sup>3</sup>. An important cultural policy trend in the recent years has been the efforts to achieve harmony and synergy of the tools and methods under the conventions concerning different heritage spheres, to highlight their interdependence, and to promote the integration approach to the preservation the heritage / the cultural assets of various communities<sup>4</sup>. This approach requires collaboration between researchers and a large range of public insti-

<sup>2</sup> По темата вж. и другите студии в настоящата книга.

<sup>3</sup> Вж. например: Конвенция за световното културно наследство, ЮНЕСКО, 1992; Конвенция за опазване на нематериалното културно наследство, ЮНЕСКО, 2003; Европейска конвенция за пейзажа, Флоренция, СЕ, 2000; Рамкова конвенция за значението на културното наследство за обществото, Фаро, СЕ, 2005, също оперативните насоки за прилагане на конвенциите.

<sup>3</sup> See, for example: UNESCO World Heritage Convention, 1992; UNESCO Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage, 2003; European Landscape Convention, Florence, CoE, 2000; Convention on the Value of Cultural Heritage for Society, Faro, CoE, 2005, and the operational guidelines for the implementation of the conventions.

<sup>4</sup> See, for example, the Florence Declaration on the Links between Biological and Cultural Diversity: UNESCO SCBD 2014.

синергия на инструменти и механизми по конвенциите за отделните сфери на наследството, открояването на областите на взаимозависимост между тях, стимулирането на интегративен подход при опазването на наследствата/ културните активи на разнообразни общности<sup>4</sup>. Този подход разчита на сътрудничеството на изследователи и различни публични институции, на широко ангажиране на общностите чрез структури на гражданското общество, на трансфер на знания към политиката и управлението.

### Нематериалното културно наследство като ресурс за валоризация

Ще фокусираме вниманието върху местните наследства в селото, което, въпреки обезлюдяването, в последните десетилетия е обект на нов интерес като място за по-здравословен, спокоен и добър живот, осмислян като връщане към корените и земята, като възможност за предприемачески инициативи, като източник на ресурси и блага<sup>5</sup>. Тенденциите за съчетаване на социално-икономически, екологични и културни функции на селското стопанство (Young et al. 2010), налагащият се нов стил на живот на селските общности, повлиян от консуматорските търсения (Kozinets, Handelman 2004; Mather, Hill, Nijnik 2006; Newholm, Shaw 2007; Петров, Петрова 2018), оказват влияние върху осмислянето, съхранението и остойностяването на местни културни ресурси.

В срещите с представители на културни институции, неправителствени организации, местна власт и бизнес, на които трябвало да се идентифицират културни ресурси и местно наследство, на първо място бяха откроявани елементи на нематериалното културно наследство, изразявани в различни форми на културата (песни, танци, обичаи, технологии). Те са важна част от културната идентичност на общностите, плод на създадени връзки с миналото, част от т.нар. безвъпросно наследство, утвърдено през десетилетията чрез национални, регионални, локални културни полити-

tions, wide community engagement based on civil society structures, and transfer of knowledge to politics and government.

### The intangible cultural heritage as a resource to valorize

We will focus on the local rural heritage, as the village – regardless of the depopulation in the recent decades – has been increasingly preferred as a place for a healthier, peaceful and more relaxed life conceived as a return to one's roots and to the land, as an opportunity for new business initiatives, and as a source of resources and welfare<sup>5</sup>. The trends of combining social, business, environmental and cultural functions in agriculture (Young et al. 2010) and the emerging new lifestyle of the village communities affected by consumer demand (Kozinets, Handelman 2004; Mather, Hill, Nijnik 2006; Newholm, Shaw 2007; Петров, Петрова 2018) have a role in appreciating, preserving and valorizing the local cultural resources.

The meetings with representatives of cultural institutions, NGOs, local government and businesses that were meant to identify cultural resources and local heritage revealed that most important for them were the intangible cultural heritage elements manifested in various cultural forms (songs, dances, customs, technologies) – an significant part of community cultural identity and a fruit of existing connections with the past, part of the so-called “unquestioned heritage” established in the course of decades through national, regional and local cultural policies and practices<sup>6</sup>. The valorization of cultural resources of this type is usually demonstrated by showing them in museum exhibitions, revitalizing pre-modern cultural traditions, adding new life to sacred or natural topoi, or creating new festivity events.

<sup>4</sup> Вж. например за взаимовръзките между биологично и културно наследство Декларацията от Флоренция: UNESCO SCBD 2014.

<sup>5</sup> За общите тенденции за постпродуктивистки преход в селските райони и мултифункционалност в земеделието с фокус върху България вж. Станчева 2021 и цитираната там литература. За трансформациите в българското село вж. също: Златкова, Пенкова, Антонов, Митев 2019.

<sup>5</sup> About the general trends of the post-productivist transition in the rural areas and the multi-functionality in land farming with a focus on Bulgaria see Станчева 2021 and the literature referred to there. About the transformations in the Bulgarian village see also: Златкова, Пенкова, Антонов, Митев 2019.

<sup>6</sup> Certainly, some historical moments related to heroism or tragedy visualised in memorial places, as well as natural phenomena traces of which are preserved in the cultural memory, archaeological sites of various eras and artefacts found during archaeological research in the region were also identified as emblematic.

ки и практики<sup>6</sup>. Оценността ването на този вид културни ресурси обикновено намира израз в: експонирани в музейни сбирки, ревитализация на културни традиции от предмодерността, нов живот на сакрални или природни топови, създаване на нови празнични събития.

В много от селищата към читалищата са създадени етнографски кътове<sup>7</sup> или фотографски изложби, в които се представят предмети от всекидневието или моменти от празничните и обредните традиции на домодерното село. Показателен е примерът на с. Гавраилово, Сливенско, в които кукли от плат и предмети, експонирани по определен ред, конструират представа за живота в традиционното село, като насочват към определени селскостопански и домашни дейности (оране, тъкане, прегене, приготвяне на чеиз), интериора в дома, мъжко и женско традиционно облекло. На местния поминък и живот от миналото е посветена създадената на открито в с. Екзарх Йосиф, общ. Борово, Русенско, „Етнографска сбирка. Старият Екзарх Йосиф“. Сред експонираните в централното селищно пространство предмети са диканя за вършеене, рало, вила, крина, паламарки, сърпове, макети на воловете „Белчо и Сивушка“, Впрегнати за оране, макет на кон, Впрегнат в шейна (специално е отбелязан земът), рибарска лодка и рибарски такъми, семечистачна машина, „произведена през 1859 г. в Русчук“, дървен кантар, геран, дървена софра с трикраки столчета. В основни линии експонирането следва модели и образи на наследството, утвърдени в музейното презентирание на традиционната култура и етнографско наследство.

В редица села на областите Русе и Сливен активно се поддържат и днес коледуването, лазару-

<sup>6</sup> Разбира се, като емблематични се посочваха и определени моменти от историческото минало, свързани с героика или трагизъм, визуализирани в мемориални места, също природни феномени, за които се пазят следи в културната памет, археологически обекти от различни исторически периоди, артефакти, открити при проучвания в района.

<sup>7</sup> Това определение е условно и отбелязва нередламентирано от закона изложение на елементи, които може би притежават характеристики на културно наследство, но не са регистрирани. Поради това тук не говорим за обществени колекции по смисъла на Закона за културното наследство. Много често етнографските предмети в тези кътове се употребяват като реквизит в представления на сцена, след което пак се връщат в експозицията. Подобни употреби не биха могли да бъдат възможни при регистрацията им като културни ценности.

Ethnographic corners<sup>7</sup> or photo exhibitions of lifestyle, holiday or ritual objects of the pre-modern village exist in many village community cultural centres. The village of Gavrailovo, Sliven region, presents an intriguing example: rag dolls and objects displayed in a special way construct the idea of traditional village life and common land farming and housework activities (ploughing, weaving, spinning and trousseau preparation), house interior, traditional costumes of men and women. The open-air exhibition 'Ethnographic Collection. Ekzarh Yosif in Old Times' in Ekzarh Yosif village in Boroovo municipality, Rousse region, shows the local living and the lifestyle in the past. The objects on display at a central place in the village include a threshing sledge, a plough, a pitchfork, a peck, swap hooks, sickles, models of the ploughing oxen Whitey and Grey, a model of a horse harnessed to a sledge (with a high-light on the rein), a fishing boat and fishing gear, seed cleaning machine 'made in 1859 in Ruschuk', wooden weighing scales, a draw well, a wooden low table with three-legged stools. The display generally follows heritage models and images established in the museum presentation of traditional culture and ethnographic heritage.

In many villages in the regions of Rousse and Sliven, the traditions of carolling, singing and dancing on St. Lazarus's day, masquerade games, Trifon Zarezan's feast day and Babinden (see Pawkova 2022) are still practised. Some of them have been revitalised through the community cultural centre activities, while others have never been stopped, which is an evidence of continuity in time. That living heritage<sup>8</sup> is an expression of the appreciation of the value of staying connected to a certain lifestyle and represents preserved knowledge, skills and practices related to the place of living, and to a particular cultural landscape<sup>9</sup> that is basically agrar-

<sup>7</sup> This is a provisional definition of an exhibition of elements not covered by the law that may have cultural heritage characteristics, yet that heritage is not registered. Therefore, here we are not discussing public collections under the Cultural Heritage Law. The ethnographic objects exhibited in those corners are often used as stage performance props, and then they are placed back in the exhibition. Such use would be impossible if they are registered as cultural heritage.

<sup>8</sup> On the matter of the nature and the use of the 'living heritage' term, see Бокова 2021.

<sup>9</sup> About the cultural landscape and examples from the project research region, see Бокова 2016; Бокова 2020.

ването, маскарадните игри, празнуването на Трифон Зарезан и Бабинген (Вж. Рашкова 2022). Някои от тях са ревитализирани с помощта на читалищата, отбелязването на други не е прекъсвало и показва континюитет във времето. Тези живи наследства<sup>8</sup> са израз на ценността на връзката с определен начин на живот, репрезентират съхранени знания, умения и практики, обвързани с мястото на живеене, с определен културен пейзаж<sup>9</sup>, който в голяма степен е аграрен. Разбира се, променената социокултурна среда, в която се осъществява презентацията на различните форми на културно изразяване (доминацията на сценично представяне, утвърждаването на конкурсния модел с награден фонд, на театрализацията, на организацията по сценарий, професионализацията), тенденциите в развитието на културните и творческите индустрии обуславят процеси на деконтекстуализиране на знание и практики, предефиниране на смисли, създаване на нови значения и връзки<sup>10</sup>.

Ще дадем пример със с. Глушник, общ. Сливен. Подходящите почвено-климатични условия са причина тук да се намират едни от най-големите лозови масиви в областта (над 3000 дка). Развива се и винопроизводството. Според специалистите „качествата на глушнишките вина се изразяват в добре узрелите грозда, някои от които са завършени и технологично готови“ (Минчо Афузов, собственик на винарска изба). Тук функционира винарска изба „Глушник“, която засажда първите си лозови масиви през 2004 г., а днес притежава над 300 дка собствени лозя. Фокусът е върху нетрадиционни за България сортове, основно от Франция, от които се произвеждат бели и червени вина. За някои вина се разчита на сортове, които не се отглеждат в землището на селото. Шато Авли ООД/

ian. Indeed, the changed socio-cultural environment in which the presentation of diverse cultural expression forms happens (with dominating stage presentation, with the established model of competitions with awards, dramatizations, scenario-based organisation, professionalization) and the cultural and creative industry development trends determine the decontextualization of knowledge and practices, the de-defining of meanings and the building of new meanings and connections<sup>10</sup>.

We will give as an example the village of Glushnik in Sliven region. The appropriate soil and weather conditions are the reason for one of the largest vineyards (over 3000 decares) in the region to be in this village. Winemaking is also successful. The specialists find that ‘the quality of the Glushnik wines is expressed in mature grapes, some of which are complete and ready to process’ (Mincho Afuzov, winery owner). Glushnik Winery operates here. They planted their first vineyards in 2004; now they spread on over 300 decares. Their focus is on grapes that are not traditional in Bulgaria; they grow predominantly French sorts used for white and red wines. Some of their wines are made of sorts that are not grown on the village territory. Chateaux Avli OOD /Glushnik Vineyards and the consulting company VinoStudio OOD that have been working on the Glushnik wine project since 2017 rely on a variety of professionals in vineyard growing, winemaking and trade (see <https://glushnik.eu/>). The celebration of Trifon Zarezan in Glushnik is the framework in which the best homemade wine contest brings together producers, professionals and other stakeholders. Professional wine stewards assess the wine by a set of criteria (colour, thickness, flavour, taste). The strict observation of the technology inherited from the predecessors is a key criterion. The winner is decorated with a wreath and is given the title of wine king. The valorization of the traditional winemaking technologies is tied to pro-

<sup>8</sup> По въпроса за същността и употребата на термина „живи наследства“ вж. Бокова 2021.

<sup>9</sup> За културния пейзаж и примери от региона на проучване по проекта вж. Бокова 2016; Бокова 2020.

<sup>10</sup> Вж. изследването на Н. Папучиев върху маскарадните игри в районите на Брезник и Перник. Чрез теорията на заинтересованите страни фестивалното събитие се разглежда като регулативен механизъм, при който се осъществява взаимодействието между участници, организатори, местни жители и други заинтересовани страни, като символен капитал на местните общности, като бранд. Авторът откроява практики на културен мениджмънт и анализира развитието на разбирането за традиция и автентичност през различните исторически периоди (Папучиев 2021).

<sup>10</sup> See N. Papuchiev's research on masquerade games in the areas of Breznik and Pernik. Based on the stakeholder theory, the festival event is seen as a regulation tool of the interaction between participants, coordinators, local residents and other stakeholders as a symbolic capital, as a brand. The author highlights cultural management practices and analyses the development of the concept of tradition and authenticity throughout different historical periods (Papuchiev 2021).

Glushnik Vineyards и консултантската фирма „ВиноСтудио“ ООД, разработващи винения проект „Глушник“ от 2017 г., обединяват различни специалисти в областта на лозарството, винопроизводството и търговията (вж. <https://glushnik.eu/>). В рамките на празника Трифон Зарезан в с. Глушник се провежда конкурс за най-добро домашно вино, който среща производители, специалисти и други заинтересовани лица. Вината се оценяват от професионални сомелиери по определени критерии (цвят, плътност, аромат, вкус). Важен критерий за отличаване на производителите е точното следване на технологията, наследена от предците. Победителят се окичва с венец и получава титлата „цар на виното“. Оценностяването на традиционни технологии за производство на вино се обвързва с популяризирането на винопроизводството и развитието на лозарството, цели разширяване на интереса към отглежданите сортове грозде и производството на вино. Тук акцентът не е върху съхраняването на стари местни сортове грозде, а в експериментирането с нови. През февруари 2018 г. Глушник за първи път е домакин на празника на маскарадните игри, който всяка година има различни селища домакини от региона. За гостуващите групи са подготвени специални сувенири – стъклени бутилки и канички за вино с изображение на местен кукер и надпис „Маскарadni игри 2018, с. Глушник, община Сливен“, спонсорирани от винарска изба „Глушник“. Така институцията, която разчита да се утвърди на пазара чрез прилагане на модерни технологии и интродуциране на чужди сортове грозде, подпомага съхранението на традиционни технологии за производство на вино и утвърждаването на бранд на Глушник като селище на традиционното лозарство и винопроизводство и съхранени маскарadni традиции.

Важна среда за презентирание на живите наследства в двете области са многобройните регионални фолклорни събори и фестивали, създадени в голямата си част по идея или с активното участие на експерти от регионалните музеи в Сливен и Русе. Така фолклористът Владимир Демирев е инициатор на редица фолклорни събори в област Сливен, които се утвърждават през годините като междуселищни празници и място за изява на самодейни колективи (вж. Демирев 2015; Рашкова 2022). Те са механизъм за валоризиране и опазване на фолклорно наследство, което се превръща и във важен ресурс за новата празничност, създавана през XXI в.

moting winemaking and vineyard growing, while its aim is to widen the interest in the grape sorts and in wine production. The focus here is on experimenting with new sorts, not on preserving the old local sorts. In February 2018, Glushnik hosted for the first time the festival of masquerade games that hosted on rotation bases by villages in the region. The visiting groups were given special gifts: glass bottles and wine jugs decorated with an image of a local mummer and a sign reading 'Masquerade games 2018, Glushnik village, Sliven region'. That way, an institution striving at market success through employing modern technologies and introducing foreign grape sorts supports the preservation of the traditional winemaking technology and the branding of Glushnik as a place of traditional vineyard growing, winemaking and preserved masquerade traditions.

The numerous regional folklore gatherings and festivals, created mostly on the initiative of specialists from the regional museums in Sliven and Rousse and with their active participation are an important environment in which the living heritage is presented. The folklorist Vladimir Demirev, for example, has initiated many folklore gatherings in Sliven region, and with time, they have become popular as inter-village feasts and a performance stage for amateur groups (see Демирев 2015; Рашкова 2022). They are a tool to valorize and preserve the folklore heritage that is becoming a vital resource for the new festivity of the 21st century.

The interest shown by researchers (including museum professionals) in the local cultural history, in combination with publications they make on specific cult sites and natural phenomena, draw the local population's attention to their significance, and become the reason for their re-appreciation as something valuable, as their own heritage (for Sliven, see Демирев 2021). That encourages new life in those places (reinstating old practices, creating events, symbolization, i.e. designating the topos significance by Christian or national symbols). An example of reconstructing the sacred space of Sliven and its mountains and the strengthening of the region's image as the Small Holy Mount is the rebuilding of sacred topoi (churches, chapels, holy springs) and the revival of the gatherings/offer-

Интересът на изследователите (сред тях и музейни специалисти), към местната културна история, както и техни публикации върху определени култови обекти и природни феномени, насочват вниманието на местните жители към тяхната значимост, стават причина за преосмислянето им като ценност, като свое наследство (за Сливен вж. Демирев 2021). Това обуславя дейности по възвръщане на тези места към нов живот (възстановяване на практики, създаване на събития, символизация – обозначаване на значимостта на топоса чрез християнски и национални символи). Пример за съграждане наново на сакралното пространство на Сливенската планина и Сливен и затвърждаване на образа на района като Малката Света гора е възстановяването на сакрални топоси (църкви, параклиси, аязми) и събори/ курбани, провеждани там, по инициатива на неправителствени организации, с участието на местни жители доброволци, подкрепени с експертния опит на специалисти от Регионалния исторически музей (вж. Демирев 2019, Демирев 2021).

Важен в процеса на оценностяване е аргументативният дискурс. Когато местното знание е оскъдно, значимостта на мястото може да се подкрепи с новосъздадени „легенди“. Ще дадем пример с т.нар. Жельови камъни в землището на с. Оризари, община Твърдица. Изследователският интерес, хипотезата за древно светилище, бледите следи в културната памет за обредни практики в миналото, провокират жители на селището да запълват празнината с „легенди“ за природния феномен. Те се съхраняват в книга в читалището, в която са описани местни традиции, забележителности, родова и селищна история.

**Едната** е за дядо Желю, чиято лятна кошара била на около двадесет метра от местността „Жельовите камъни“. Веднъж седмично гъшеря му Гергана носела на баща си в къщата хляб и чисти дрехи. Един ден тя попаднала на гостите на местния бей, които ловували наоколо, била озлочестена и омъртвена. През нощта Желю напуснал селото с жена си и двамата си сина, но откъсвал на бея, като му подпалил къщата и имота. Като доказателство се сочи съществуващият и днес кладенец на Желю в плиткото дере, който пролетно време се пълни с вода.

**Втора** легенда обвързва името на топоса с името на селото (началото на отглеждане на ориз тук). Черен арапин, едноок великан, често тормозел жи-

ings made there on the initiative of NGOs, with the involvement of local volunteers using the professional support of specialists from the Regional Museum of History (see Демирев 2019, Демирев 2021).

An important element of the valorization process is the reasoning discourse. When local knowledge is scarce, the significance of the place can be boosted by newly coined “legends”. We will use the example with the so-called Zhelyuvi Kamani site on the territory of Orizari village in Tvarditsa municipality. Researchers’ interest, the theory about an ancient sanctuary, the pale traces in the local memory about rituals practised in earlier times have provoked the village residents to substitute what is missing with “legends” about the natural phenomenon. They are kept in the community cultural centre, in a book describing local traditions, sites, family and village history.

**The first one** is about uncle Zhelyu, whose summer sheep-pen was around twenty metres away from the Zhelyuvi Kamani site. Once a week his daughter Gergana brought him bread and clean clothes. One day, she ran into the local Turkish lord’s guests hunting in the area. The girl was forced and killed. In the same night, Zhelyu with his wife and two sons left the village, but before that, he took revenge on the Turkish lord: he set his house and property on fire. As evidence supporting this legend people point to Zhelyu’s well still existing in the shallow gully; it gets filled with water in spring.

**The second legend** relates the topos name to the village name (the start of growing rice here). A one-eyed black giant frequently tormented the village people. One day, he attacked a caravan carrying rice from Asia; he scattered the bags of rice and killed the travellers. The only survivor was Zhelyu. He found shelter in the Balkan Mountains, and met Krali Marko there. The hero decided to punish the black giant and went down to the village. In their three-day long fight they destroyed rocks and eradicated trees, that is why the field around Orizari has many holes and no forest. A wood nymph from Atlar Mound helped Krali Marko to use contrivance to defeat the black giant: she told him how to take off his turban under which he kept the amulet that gave him strength. Marko defeated the black giant, stuck him in the ground, and the only part that

телите на селото. Един ден нападнал керван, превозващ ориз от Азия, разпилял чувалите с ориз и избил керванджиите. Спасил се единствено Желю, който потърсил спасение в Балкана, където срещнал Крали Марко. Юнакът решил да накаже арапина и слязъл към селото. Три дни се били, като къртели камъни и дървета, затова полето около село Оризари е осеяно с дупки и няма гора. Самогива от *Атларската могила* помогнала на Крали Марко да победи арапина с хитрост, като го научила как да свали чалмата му, където бил сложен амулет, в който била силата му. Така Марко победил арапина, забил го в земята, като отвън останали само задните му части, които и днес стоят вкаменени. От благодарност, че Желю довел Крали Марко и той ги спасил от безчинствата на арапина, местните хора нарекли това място на негово име.

**Третата** легенда прави връзка с друг топоним от района – местността *Султан конак*, на около 6–7 км. Според нея султанът, който често обичал да ловува в гората, оповестил, че дава награда арапско конче на този поданик, който успее да го изнегада. Най-младият пастир Желю решил да спечели наградата. Отишъл на огромната канара *Орлов камък* под *Оризарската поляна*, където гнездели орли. Взел Желю излюпените орлета в пазвата си, за да ги занесе на султана. Орлицата чула писукането на малките, откъртила голям камък и полетяла към пастирчето. Желю се скрил в една лисича дупка. Орлицата взела да пуска камъни около дупката. Пастирчето я издебнало, когато отлетяла за нов камък и хукнало към шатрата на султана. Уморената орлица опръскала две скалички в гората и те станали бели – *Белият камък* и *Радевият камък*. С последни сили Желю предал орлетата на султана, с последни сили до него се свлякла и орлицата. Султанът наредил да наградят Желю за желанието му да го зарадва с арапското конче, орлетата да се върнат на майка им, на Желю да се ударят 10 дряннови тояги, че е оставил стагото с овцете, а местността, където орлицата е замеряла с камъни пастирчето, да се именува *Желюви камъни*. Поръчал историята да се изкове на каменна плоча и да остане за поука на поколенията. Авторът отбелязва, че каменната плоча е намерена от група иманяри, копали в местността „Султан конака“, а по-късно е продадена в Турция.

Разказите представят своеобразен бриколаж на митично и историческо време, който събира в

remained above the ground was his rear side that is now still there, fossilized. The people were grateful to Zhelyu for having brought Krali Marko there and put an end to the torments, so they named the site on him.

**The third legend** makes a connection to another local toponym – the Sultan Konak place, ca. 6–7 km away. According to that legend, the sultan, who loved hunting in the forest, announced an award – an Arab stallion – he would give to that one of his subjects, who would manage to surprise him. Zhelyu, the youngest shepherd, decided to win the award. He went up to the enormous Orlov Kamak rock under the Orizarska meadow, a nesting place of eagles. Zhelyu put the newly hatched eaglets close to his chest and started off to take them to the sultan. The eagle mother heard her babies squeaking; she broke off a huge stone and flew after the young shepherd. Zhelyu hid in a foxhole. The eagle mother started dropping stones around the hole. The shepherd waited till she went for more stones and darted off to the sultan's tent. The exhausted eagle mother sprinkled two small rocks in the forest and they turned white – *Beliyat Kamak* and *Radeviyat Kamak*. With barely any strength left, Zhelyu gave the eaglets to the sultan. With barely any strength left, the mother eagle came down next to him. The sultan ordered that Zhelyu was rewarded with the Arab stallion for his readiness to surprise him; he also ordered that the eaglets were given back to their mother and that Zhelyu was whipped with a switch ten times for having abandoned the sheep flock, and the place where the mother eagle threw stones on Zhelyu was called *Zhelyuvi Kamani*. Furthermore, he ordered that the story was carved on a stone so that the future generations could read it and remember the moral. The author mentions that the stone slate with the sign was found by a group of treasure hunters digging in the Sultan Konak area, and later it was sold in Turkey.

The stories are like a bricolage of mythical and historical time bringing in the same “picture” people who really lived and their names are preserved in toponyms, and characters and stories of the heroic epos and the fairy tale. When we met the author, he assured us that he was only improving the preserved local knowledge, and shared that he had ideas about more stories relat-

една „картина“ реално живели хора, чиито имена са съхранени в названия на местности, с персонажи и фабули от юнашкия епос и вълшебната приказка. Когато се срещнахме с автора, той ни увери, че само доразвива съхранено местно знание, както и че има идеи за ново творчество, свързано с други селищни топоними. Така съчинените истории в духа на легендарната и приказната поетика заедно с изследователските предположения стават важна част от аргументативния дискурс при конструиране на топоса „Жельови камъни“ като местно наследство (Демирев 2021).

### **Празници, посветени на растителни култури и храни: биокултурните ресурси като наследство**

Мястото на храната като нематериално културно наследство (НКН) все повече се валидира под влияние на международни политики, насочени към съхраняване на генетични ресурси и биологично разнообразие, на програми за икономическо развитие, чрез европейските схеми за качество и други механизми на Европейския съюз. Увеличават се и вписаните в Представителния списък на ЮНЕСКО елементи на НКН, които съхраняват знания и умения за отглеждането на биологични видове и производството на храни и напитки, както и техни ритуални употреби, специфики на регионални хранителни диети (средиземноморската например).

Важен инструмент за валоризация на местни биокултурни ресурси и традиционно екологично знание са празничните събития. В съответствие с културните процеси в международен план и в страната в областите Русе и Сливен в началото на ХХI в. също се създават културни събития (празници, фестивали), посветени на биологични ресурси и кулинарни традиции<sup>11</sup>. Ще открием Празника „Злат-

ed to other toponyms. That way, the fiction stories in the spirit of legendary and fairy poetics, along with the researchers' suggestions, become an important part of the reasoning discourse when constructing the Zheiyuvi Kamani topos as local heritage (Демирев 2021).

### **Feasts of crops and food: bio-cultural resources as heritage**

The place of food as intangible cultural heritage (ICH) is undergoing a strengthening validation influenced by international policies of genetic resource and bio diversity preservation and by business development programs facilitated by European quality schemes and other EU tools. There is a growing number of ICH elements on the UNESCO Representative List keeping knowledge of and skills in growing biological species and producing foods and drinks, their ritual uses and regional diet specificities (the Mediterranean diet, for example).

Festive events function as an important valorization element concerning local bio-cultural resources and traditional ecological knowledge. In line with the national and international cultural processes in the early 21<sup>st</sup> century, the regions of Sliven and Rousse are also active in creating cultural events (celebrations and festivals) dedicated to bio-resources and cooking traditions<sup>11</sup>. We will highlight the Zlatna Praskova peach

<sup>11</sup> Новата празничност се отличава с богато тематично разнообразие и е обект на засилен изследователски интерес. Във фокуса на учените са прединдустриални технологии за земеделие, животновъдство и кулинария, както и местни породи животни или специфични сортове/местни форми растения, домашно произведени храни. Анализират се социални, културни и психологически измерения на празника. Специално внимание се отделя на превръщането му в спектакъл, оформянето на публичност без участие, следване на единен сценарий при културното остойносттаване на определени продукти, обвързването му с икономиката на изживяването и пр. (Гаврилова 2018; Барова 2018; Гаврилова 2020; Стоилова 2020). Празникът се анализира като поле за комуникация, форма на социална трансформация, част от

<sup>11</sup> *The new festivity features a large thematic diversity; it is in the focus of a substantial research interest. The researchers focus on pre-industrial and land/animal farming technologies, cooking, and local animal breeds or special local varieties of plants, as well as home-made food. The event is analysed in its social, cultural and psychological aspects. There is a special focus on the way it is turned into a show that is public yet not participatory, on the consolidated scenario of the cultural valorization of certain products, on making it part of the experience economy, etc. (Gavrilova 2018; Barova 2018; Gavrilova 2020; Stoilova 2020). The event is analysed as a field to unfold communication, a kind of social transformation, part of a local branding strategy, etc. The processes that are explored are related to food being turned into cultural heritage, the rediscovery of the link to the local tradition, and the invention of traditions. Festivity is perceived as a consequence of new alliances between different social actors 'rediscovering' and 'upgrading' their connection with the existing tradition. An important highlight in the cultural valorization of "rediscovered food" is the fact that it is developing on the global stage of heritage, with its positive and negative sides. The festival format is analysed as a globalisation effect, and also as part of the neo-localism and gastro-localism processes running in relation to the construction of "authentic" products (Stoilova 2021). An important feature of the*

на праскова“ в с. Гавраилово, общ. Сливен (от 2002 г.), Празника на ябълката в с. Екзарх Йосиф, общ. Борово (от 2007 г.), Празника на гъбата в с. Красен, общ. Иваново (от 2010 г.), Празника „Греяна ракия и зелева чорба от старовремската софра“ в с. Бабово, общ. Сливо поле (от 2016 г.), Рибния фест в с. Бръшлен, общ. Сливо поле (от 2015 г.). Празничното събитие може да е посветено на култура, която е била обект на промишлено производство през социализма (отглеждането на праскови в Сливенско, производството на гъби в Русенско), да отразява съхраняване на стари сортове и обогатяване на сортово разнообразие на растителна култура с многогодишни традиции в района (отглеждането на ябълки в Русенско), да презентира традиции, свързани с приготвяне на храна (обредна, празнична, всекидневна) и напитки (празникът в с. Бабово, рибният фестивал в Бръшлен). Повечето от тези културни събития са разгледани подробно в други публикации (Ганева-Райчева 2020; Ганева-Райчева 2021; Йорова 2020), затова тук ще обърнем по-голямо внимание на Рибния фест в с. Бръшлен и празника в с. Бабово и ще представим някои общи изводи.

**Рибният фест в с. Бръшлен.** Създаването на фестивала е част от проекта на Местната инициативна рибарска група „Главиница – Тутракан – Сливо поле“. Събитието се организира в близост до Туристическия информационен център. Центърът е изграден по Програмата за развитие на селските райони на мястото на стара гетска градина. В реновираната сграда има 13 хотелски стаи, трапе-

---

*стратегия за брандиране на мястото и др. Изследват се процеси по превръщане на храната в културно наследство, преоткриване на връзката с традицията, изобретяването на традиции. Празничността се осмисля като резултат от оформянето на нови съюзи между различни социални актьори, които „откриват отново“ и „надграждат“ връзката си с традицията. Като важна особеност на културното остойностяване на „преоткритите храни“ се сочи, че това се случва на глобалната „арена“ на наследството и се открояват позитиви и негативи. Фестивалният формат се анализира като ефект на глобализацията, но и част от процесите на неолокализъм и гастролокализъм, свързани с конструиране на „автентичен“ продукт (Стоилова 2021). Като важна характеристика на новите празнични форми и на фестивалните идентичности се открояват тяхната флуидност (Стоилова 2021). Празничните събития се интерпретират едновременно като част от консуматорската култура, но и като тип сензорни изживявания на културата. Разсъждения върху други български примери вж.: Петров, Петрова 2018; Петров, Ганева-Райчева 2021; в сборника „Стари места – нови празници“ (Русе: РИМ – Русе, 2020).*

festival in Gavrailovo village, Sliven municipality (since 2002), the Apple Festival in Ekzarh Yosif village, Boroovo municipality (since 2007), the Mushroom Festival in Krasen village, Ivanovo Municipality (since 2010), the Festival of Hot Rakia and Sauerkraut Juice from the Olden Meals in Babovo village, Slivo Pole municipality (since 2016), the Fish Fest in Brashlen village, Slivo Pole municipality (since 2015). The festive event can be related to a land farming crop that used to be in industrial production in the socialist era (growing peach trees in Sliven region, growing mushrooms in Rousse region); it can be connected to the preservation of old sorts and adding new varieties to traditional local crops (growing apples in Rousse region), or present traditions of food cooking (ritual, festive or daily food) or making drinks (the fest in Babovo village, the fish fest in Brashlen). Most of these cultural events are discussed in detail in other publications (Ганева-Райчева 2020; Ганева-Райчева 2021; Йорова 2020), that is why here we will focus more on The Fish Fest in Brashlen and the Fest in Babovo village, and will present some general conclusions.

**The Fish Fest in Brashlen.** The festival was started as part of the project of Glavinitza-Tutrakan-Slivo Pole Local Initiative Fishing Group. The event happened near the Tourist Information Centre. The Centre was created under the Rural Development Programme on the site of an old kindergarten. The renovated building has 13 hotel rooms, a dining room, a swimming pool, a summer gazebo for open-air lessons, and a playground. The mayor's representative Dimcho Petrov made a lot of efforts to make the place popular. It is the venue of outstationed school lessons; tourists find accommodation here; some of its regular visitors are ultra-runners and travellers on the Danube (В-к „Умро“, Русе, 14.04.2021, 9144).

Dimcho Petrov, who was for many years journalist at Rousse Regional TV Centre, is a person of sustainable interest in cultural heritage topics – for example, a se-

---

*new festivity forms and festival identities is their fluidity (Стоилова 2021). Festive events are interpreted as part of the consumer culture, and at the same time, as a specific type of sensor experiences of that culture. For thoughts on other Bulgarian examples see: Петров, Петрова 2018; Петров, Ганева-Райчева 2021; in the collection book „Стари места – нови празници“ (Русе: РИМ – Русе, 2020).*

зария, басейн, летен павилион за учебни занимания на открито сред природата, детска площадка. С активната дейност на кметския наместник Димчо Петров мястото става популярно. Тук се провеждат зелени училища, отсядат туристи, редовни гости са и ултрамаратонци и пътешественици по р. Дунав (В-к „Утро“, Русе, 14.04.2021, бр. 9144).

Димчо Петров, дългогодишен журналист от Регионалния телевизионен център в Русе, има устойчив интерес към теми, свързани с културните наследства – например поредица от филми, представящи скални манастири у нас. Тъкмо поради това създаденият от него фестивал, свързан с рибата и нейното приготвяне, получава висок обществен резонанс, а едни от най-големите привърженици са русенци. Село Бръшлен е част от община Сливо поле, но в повечето от селата по Дунав в тази община, живеят хора, които работят в Русе и са част от съвременните процеси на миграция към село в търсене на нови връзки с екологични модели на общуване със селото. Тъкмо поради това фестивалът е поставен на фокус от местни медии, включен е в туристически презентации, интегриран е в местни артпленери.

През 2015 г. медиите акцентират върху участието на руския и украинка, живеещи в Бръшлен: „Фестивалът, в който се надпреварваха и най-добрите производители на ракия от района, е първият по рода си за региона. Организаторите от Местната инициативна рибарска група си пожелаха да се превърне в традиционен“<sup>12</sup>. В публичното пространство се изнесе спорът дали рибената чорба трябва да се застроява или да се прави без застрояка, който представлява старо противопоставяне между готварските умения и вкусове на изток от река Искър и тези на запад, където понякога се ползва застрояка от яйце. През 2016 г. фестивалът вече привлича екип от Агро ТВ, специализиран канал за съвременните процеси в българското село<sup>13</sup>.

През 2017, 2018 и 2019 г. се утвърждават конкурсите за най-вкусна рибена чорба, печена дунавска риба, домашна ракия и най-бързо чистене на дунавска риба. За готвачите участници в надпреварата се осигуряват дърва, огнища и безплатна риба. „На

ries of documentaries presenting the rock monasteries in the country. That is the reason why the fish and fish dishes festival he started enjoyed a wide public interest, and some of its most ardent fans are people from Rousse. Brashlen village is in Slivo Pole municipality. Most of the population of the villages on the Danube in that municipality are people, who work in Rousse; they are part of the modern processes of migration to villages in the quest for new links with ecological models of communication with the village. That is the reason why the festival is in the focus of the local mass media; it is included in tourist presentations and is part of local plein air art events.

In 2015, the local media highlighted the participation of two women living in Brashlen – a Russian and a Ukrainian. ‘The Festival competition between the best rakia producers in the area was the first one of this kind in the region. The coordinators from the Local Initiative Fishing Group made a wish that it became a tradition’<sup>12</sup>. The public space embraced the dispute of whether the fish soup should be thickened, or it should be made without any thickener, which reflected the old contradiction between the cooking skills and the tastes to the east of the Iskar River and the ones to its west, where sometimes they use egg-based thickener. In 2016, the festival was filmed by a team of Agro TV, a specialised channel for the modern processes in the Bulgarian village<sup>13</sup>.

The festival grew even more attractive in 2017, 2018 and 2019 with the competitions for the tastiest fish soup, grilled fish from the Danube, homemade rakia and the fastest cleaning of Danubian fish. Burning wood, fire pits and free fish were provided to the cooks participating in the competitions. ‘Thousands of people visit the Fish Fest in Brashlen. Most stressful is the competition in fast fish cleaning. People trust me; I make the fish soup at the fest. Three cauldrons of a hundred litre each – three hundred litres of fish soup!’ (Vasil Yordanov, Brashlen, fisherman).

A temporary stage was built in the park next to the Tourist Information Centre for the performances

<sup>12</sup> Българска национална телевизия, РТВЦ – Русе: <https://bntnews.bg/bg/a/riben-festival-v-selo-bra-shlen-776741> (09.01.2022).

<sup>13</sup> Агро ТВ: [https://agrotv.bg/p\\_8135RIBEN-FEST-V-RUSENSKOTO-SELO-BRYShLEN.html](https://agrotv.bg/p_8135RIBEN-FEST-V-RUSENSKOTO-SELO-BRYShLEN.html) (09.01.2022).

<sup>12</sup> Bulgarian National Television, Rousse Regional TV Centre: <https://bntnews.bg/bg/a/riben-festival-v-selo-bra-shlen-776741> (09.01.2022).

<sup>13</sup> Agro TV: [https://agrotv.bg/p\\_8135RIBEN-FEST-V-RUSENSKOTO-SELO-BRYShLEN.html](https://agrotv.bg/p_8135RIBEN-FEST-V-RUSENSKOTO-SELO-BRYShLEN.html) (09.01.2022).

*Рибния фест в Бръшлен идват хиляди хора. Най-напреднато е състезанието по бързо чистене на риба. Имат ми доверие хората – аз правя рибената чорба на феста. Три казана по сто-триста литра рибена чорба!*“ (Васил Йорданов, Бръшлен, рибар).

В парка до Туристическия информационен център се прави сцена за изпълненията на „самодейци“ от Бръшлен и съседните села, както и за гости от страната<sup>14</sup>. През 2020 и 2021 г. фестивалът не се провежда поради ограниченията на епидемичната ситуация, свързана COVID-19.

В близкото минало в Бръшлен е функционирала база на „Държавен риболов“, социалистическо предприятие – монополист, която днес се мисли за място, където да се създаде местен музей. Дунав, както и някогашното Бръшленско блато, са основните места за риболов преди, докато днес риболовът е разрешен само в реката. Независимо от това регионът на Бръшленското блато е благодатен за туристически посещения, тъй като е част от Евровело 6. Изградените маршрути дават възможност да се обиколи блатото, да се наблюдава птичият свят и водните лилии. Мястото е част от Защитена местност „Калимок-Бръшлен“, както и тук работи най-активната местна инициативна рибарска група по Дунав. Един от маршрутите<sup>15</sup> води до дигата на р. Дунав, както и до рибарското селище на бръшленските рибари. Заради различното сезонно ниво на реката, особено през май и юни – т.нар. черешови води, както и на други места, така и тук рибарските къщи и фурзони са „наколени“, вдигнати са на няколко метра височина, поради което изглеждат атрактивно и необичайно. От това място е възможно да се наеме лодка, с която да се посети остров „Мишка“, където има гнездова колония на малък корморан, чапли, лопатарка и други водолюбива птици. Мястото попада в обсега на проекта за изучаване на паметта за рибарските общности по Дунав (Ненов 2020) и е включено в туристически пакети, които се предлагат онлайн<sup>16</sup>.

Но фестивалът в Бръшлен не само представя местна кухня, фолклор или надпревара в чистене на люспи, той разширява предлагането и включва темата в икономически дейности, тъй като основно се

of “amateurs” from Brashlen and the neighbouring villages and also for guests from elsewhere in the country<sup>14</sup>. The festival was not organised in 2020 and 2021 because of the COVID-19 epidemic restrictions.

In the recent past, there was a facility of the State Fishing Company – a socialist monopolist company. There is an idea to transform the place where it used to be into a local museum. The Danube and the former Brashlen swamp used to be the main fishing places; today, fishing is allowed only in the river. Anyhow, the area of Brashlen Swamp welcomes tourist visits because it is part of EuroVelo 6. The existing routes go around the swamp, and one can watch the birds and the water lilies. The place is part of the Kalimok-Brashlen protected area; this is the working area of the most active local initiative fishing group on the Danube. One of the routes<sup>15</sup> leads to the dike on the Danube and to the fishing village of the Brashlen fishermen. Because of the seasonal fluctuations of the river level, especially in May and June, the time of the so-called cherry water, the fishing houses and cabins, like in other places, are pile dwellings a couple of metres above the water, which makes them look unusual and attractive. Here you can hire a boat to go to Mishka Island; there is a nesting colony of small cormorants, herons, spoonbills and other water birds. The place is in the scope of the project researching into the memory of the fishing communities on the Danube (Nenov 2020); it is in the tourist packages offered online<sup>16</sup>.

The fest in Brashlen, however, is not only about the local cuisine, folklore and fast fish cleaning competitions. Its scope is wider, as it includes business activities by promoting the Tourist Centre (hotel and food), not just the fest or the local cultural heritage routes.

‘In April 2021, The Tourist Information Centre in Brashlen was closed because of the pandemic, and the contracts of its employees were terminated. The mayor’s representative, on whose initiative the festival was started, was released because he retired’, was what the Utro newspaper published (14.04.2021, issue

<sup>14</sup> Арена медиа: [http://www.arenamedia.net/news.php?newsandpromotion\\_id=38692](http://www.arenamedia.net/news.php?newsandpromotion_id=38692) (09.01.2022).

<sup>15</sup> Едни от маршрутите по дигата на реката стига до с. Ряхово, където има плаж със ситен пясък и рибен ресторант, а друг – до с. Бабово и римска гробница.

<sup>16</sup> <https://memofish.eu/dunav-most-mladeji> (09.01.2022).

<sup>14</sup> Arena Media: [http://www.arenamedia.net/news.php?newsandpromotion\\_id=38692](http://www.arenamedia.net/news.php?newsandpromotion_id=38692) (09.01.2022).

<sup>15</sup> One of the routes on the dike leads to Ryahovo village, where they have a fine sand beach and a fish restaurant; another route leads to Babovo village and to a Roman tomb.

<sup>16</sup> <https://memofish.eu/dunav-most-mladeji> (09.01.2022).

популяризира Туристическия център (хотел, място за хранене), а не само празничното събитие или маршрутите на местното културно наследство.

„През април 2021 г. Туристическият информационен център в село Бръшлен е затворен във връзка с пандемията, а работещите са освободени от работа. Кметският наместник – основен инициатор на фестивала, е освободен поради пенсиониране“, четем във Вестник „Утро“ (14.04.2021, бр. 9144.). Този текст в местна медия няма информативен характер, той показва ясна позиция, която остойността ва както фестивала, така и неговия основен организатор и декларира ценността на събитието за част от русенските граждани. Фестът се приема за елемент от русенските атракции, обвързани с реката и риболова, тъй като отговаря на нуждата, формулирана като „обръщане към Дунав“<sup>17</sup>, част от която е ремонтът и обновяването на Кея в града и създаването на събития, които се превеждат на дунавския бряг – Ruse Sand fest (Трифонова-Костагинова 2020) и Green Rock fest (Ахмед 2020).

Община Сливо поле кандигатства през 2021 г. за организиране и провеждане на „Рибен фест Бръшлен“ по Програма за развитие на селските райони. Началото на проекта е през ноември 2021 г., а финалът – през юни 2023 г., което вероятно ще обезпечи провеждането на събитието през 2022 г. и 2023 г. По този начин фестивалът се очертава като възможен чрез очакваното проектно финансиране, но все така поставя под въпрос неговата устойчивост.

Чрез утвърждаването на нови инициативи в сферата на празничността се постигат съвременни форми на културни изяви, които участват в конструирането на локална идентичност и рефлектират в гастролокализъм. Изследователите приемат, че за да се покажат спецификите и процесите зад новата празничност, трябва да се представят начините на конструиране на локалност и „автентичен“ местен продукт, а по този

9144.). This text in a local media is not of informative nature; it reveals a clear position that valorizes the festival and its main founder, and declares the value the event has for some of the citizens of Rousse. The fest is seen as an element of the river-and-fishing related attractions in Rousse because it responds to the need formulated as ‘facing the Danube’<sup>17</sup>, part of which was the rehabilitation of the Riverside Lane and the creation of events held on the river bank - Ruse Sand Fest (Трифонова-Костагинова 2020) and Green Rock Fest (Ахмед 2020).

In 2021, Slivo Pole Municipality applied with a project proposal for Brashlen Fish Fest under the Rural Development Program. The project start was in November 2021, and the final event will be in June 2023, which will probably ensure the event in 2022 and 2023. That will make the festival possible through the expected project funding; nevertheless, its sustainability is still questionable.

The success in establishing new festivity initiatives leads to modern forms of cultural events that become part of the process of constructing local identity and reflect in gastro-localism. Researchers suggest that if the specificities and the processes behind the new festivity are to be shown, it is necessary to present the ways local idiosyncrasy and “authentic” local products are constructed, and that way the food festivals will be seen as part of the processes of festivalisation, neo-localism and food authentication (Смоилова 2021).

The festival is, beyond any doubt, part of the new festivity in the country. Although its focus is on food and eating, and even though it includes entertainments such as competitions and concerts, it has a specific feature that makes it different from many other fests in the villages. In fact, the food (the culinary indicator) that brings the celebrating people together, is not any specific local dish; it is the methods of cooking fish dishes and soup of fish from the Danube. They make

<sup>17</sup> В годините на социализма в Русе се утвърждава неофициалното говорене, че „градът е загърбил реката“. То е формирано в резултат от промените в страната след 1944 г., но и в начина на всекидневен живот, които ограничават взаимодействията на гражданите с реката. Едновременно с това „загърбването на реката“ се поставя в контекст на (наложен от комунистическата власт) отказ от „европейската“ принадлежност на града, която стои в основата на местните градски митове. По темата вж. и Ненов 2001.

<sup>17</sup> In the socialist period, there were unofficial comments that the town had “turned its back to the river”. They had arisen as an effect of the post-1944 changes, and also by the daily lifestyle that limited the interaction of the citizens with the river. At the same time, the town “turning its back to the river” was placed in the context - imposed by the communist rule - of denial of the “European” character of the city which is the fundament of the local city myths. On the same topic see Ненов 2001.

начин кулинарните фестивали да се разкрият като част от процесите на фестивализация, неолокализъм и автентификация на храните (Стоилова 2021).

Фестивалът безспорно е част от новата празничност у нас, но макар да поставя акцент върху храна и хранене, да включва забавления – конкурси и концертни изпълнения, той притежава специфична особеност, която го отличава от множество други празнични събития по селата. Всъщност храната (кулинарният идентификатор), която събира празнуващите, не е конкретно местно блюдо, а се съдържа във формите на приготвяне на риба от Дунав, както и на рибена чорба. По този начин Рибният фест излиза от познатите описания на локални фестивали, обвързани с въобразени местни наследства, основаващи се на местна кухня, а изгражда връзки с нематериалното културно наследство на рибарските общности по Дунав. Още на първото издание на фестивала русенският художник Иван Иванов – Йоаний се включва в надпреварата при приготвянето на рибена чорба, чрез рецептата за „рибена чорба с черен хайвер“. По този повод той направи колаж, който интегрира ръкопис на рецептата с кожа от шаран и рисунки. За рецептата си получи уверение от етнографите на Регионалния музей в Русе, че е част от нематериалното културно наследство, но процедура по регистрация не е започната. Първото демонстриране на тази рецепта се случва на фестивала на рибената чорба в Тутракан, където участникът<sup>18</sup> получава награда, а след това я приготвя и в Бръшлен.

Рибената чорба е безспорна част от наследството на рибарските общности по Дунав, тъй като съдържа единството от знания, умения и културни практики, които го изграждат, а многообразието при приготвянето ѝ е част от търсено многообразие, което се съдържа в историята и културата на тази най-важна европейска река. По подобен начин създаването на разнообразна по вкус конкретна храна по време на фестивала, макар и от едни и същи видове риба, показва вариативност, богатството от вкусове, усещания и знания, свързани с рибата и тези, които я осигуряват на трапезата. Рибният фест в Бръшлен, макар на пръв поглед все още да търси своето лице – с дегустации

<sup>18</sup> Според Йоаний „тази рецепта предизвика фурор в Тутракан и дори знам, че местни хора са участвали същата есен на фестивала в Каварна, като са пробвали да направят там рибена чорба с черен хайвер“.

the Fish Fest different from the familiar descriptions of local festivals related to imagined local food-based heritage. It actually creates links to the intangible cultural heritage of the fishing communities on the Danube. The first time the festival was organized, Ivan Ivanov-Yoaniy, an artist from Rousse, participated in the fish soup competition with the recipe for “fish soup with caviar”. That was the occasion for him to make a collage of the hand-written recipe, carp skin and sketches. The ethnographers of the Rousse Regional Museum gave him a certificate that his fish soup recipe was part of the intangible cultural heritage, but the registration procedure had not started yet. That recipe was first demonstrated at the Fish Soup Festival in Tutraкан, where the participant<sup>18</sup> won an award. Then he cooked it in Brashlen.

Fish soup is undeniably part of the heritage of the fishing communities on the Danube, because it contains the unity of knowledge, skills and cultural practices. As for the various methods of cooking it, they are part of the purposefully pursued diversity that can be found in the history and culture of that most important European river. In a very similar way, making specific food of various tastes during the festival, even if of the same kinds of fish, shows diversity, richness of tastes, perceptions and knowledge related to the fish and to the ones bringing it to the table. Brashlen Fish Fest, although seemingly still trying to identify its own face – by rakia tasting, or by inviting artisans from the Association of Masters of Folk Crafts in Rousse in order to offer more temptations to the visitors and the participants – as a matter of fact manifests that it is part of the places connected with the heritage of the Danube fishing communities that present it as living, integrate it in modern life through informal training and show it to the audience, even if for just one day in the end of August.

The fish fest is an example of the way the possibilities offered by the development of the festival grow into an important factor in the heritage re-appreciation process, because the festival does not “work” for the village only, not even for the municipality only; it

<sup>18</sup> According to Yoaniy, ‘this recipe was a big hit in Tutraкан, and I know about local people who went to the festival in Kavarna in the autumn and tried to make there fish soup with caviar.’

на ракия, с привличане на занаятчии от Загругата на майсторите в Русе, с което се опитва да разшири изкушенията за посетители и участници, всъщност се изявява като част от местата, обвързани с културното наследство на рибарските общности по Дунав, които го представят живо, вписват го в съвременността чрез форми на неформално обучение и го показват пред публика, макар и само за един ден в края на август.

Рибният фест показва как възможностите на празника в неговото развитие се превръщат във важен фактор в процеса на преосмисляне на наследството, тъй като фестивалът не „работи“ единствено за селото, нито дори за общината, а изгражда референции в подкрепа на културното наследство на множество различни общности по Дунав. Едновременно с това фестивалът въздейства върху общинските политики за устойчиво развитие на общности и региони, които се опират на аграрно и биокултурно наследство, местна кухня и културен пейзаж.

**„Гряна ракия и зелева чорба от старовремската софра“, с. Бабово.** Културното събитие съчетава елементи от различни традиционни празници, извадени от своя контекст, но съпреживявани от носителите си, с публични демонстрации на готвене и споделяне на храна, с концертна програма на фолклорни групи от читалища от близките села. Новият празник на с. Бабово търси себе си в сезон, който трудно може да се определи като туристически. В същото време традиционната обредност през зимата е изключително богата, поради което потенциалните участници в конкурса за „старовремска софра“ имат множество варианти за избор при представянето си. Заглавието на празника съдържа в себе си противопоставянето на бързоопияняващия алкохол, както и на доказаното (във фолклорните представи) безотказно средство за изтрезняване и преодоляване на посталкохолно неразположение (махмурлук), поради което съчетаването им сякаш гарантира доброто настроение в празника. Едновременно с това и двете съставки гравитират към набора от традиционни лекове, поради което употребата им дори е препоръчителна. Тези фестивални храни и напитки имат привилегията да бъдат „местни“, но едновременно с това те не са характерни само за това село, нито за региона, а имат много по-широка популярност. Вероятно заради това един от основните моменти в празника е с фокус върху пре-

constructs references supporting the cultural heritage of numerous diverse communities on the Danube. At the same time, the festival has an effect on the municipal policies of community and regional sustainable development that rely on the agrarian and bio-cultural heritage, the local cuisine and the cultural landscape.

***Festival of Hot Rakia and Sauerkraut Juice from the Olden Meals in Babovo village.*** That cultural event combines elements of different traditional feasts. Although taken out of their context, they are co-experienced by the people who are their carriers through public cooking and food sharing demonstrations, and through concerts of the folklore groups of community cultural centres in the neighbouring villages. The new fest of Babovo village is trying to identify its season that can hardly be defined as a tourist season. On the other hand, the traditional winter rites are very rich, which gives many options to the potential participants in the competition for “olden meals”. The festival name contains the opposition between the rapidly exhilarating alcohol and the undoubted (in the folklore beliefs) unfailing sobering liquid unsurpassed in coping with post-alcoholic indisposition (hangover); the combination of these two seems to promise fun at the festival. At the same time, both ingredients gravitate to the set of traditional healing solutions, which even makes their use recommendable. The mentioned festival food and drinks have the privilege to be “local”, but at the same time, they are not specific to this village or to the region only, as their popularity is much wider. That is probably why a key moment of the festival is the focus on reconstructing the “traditional meal”, considering that the participants’ interpretations are linked much more to specific rituals rather than to the daily local cuisine.

The event happens in the village centre. The temporary stage is built close to the community cultural centre and the mayor’s office. Even the church is open on that day and the priest who serves in several villages in his parish is present there. The competitions held in the framework of the festival this far are in several categories: ‘the most dashing lad’, ‘the smoothest hot rakia’, ‘the tastiest sauerkraut’<sup>19</sup> and ‘the most authen-

<sup>19</sup> For the local people, sauerkraut is a hot soup with meat and leeks, not just brine.

създаването на „традиционната софра“, която в прочитите на участниците принадлежи повече към някой конкретен обред, а не толкова към всекидневни храни от местната кухня.

Събитието се провежда в центъра на селото, в близост до читалището и кметството, където се строи сцената. В този ден дори църквата е отворена и свещеникът, който в енорията си има няколко села, е наличен. Досега към празника са утвърдени конкурси за „най-напет юнак“, „най-блага греяна ракия“, „най-вкусна зелева чорба<sup>19</sup>“ и „най-автентична старовремска софра“. Названието „старовремска софра“ отвежда към отдавнашно време, към минало, което представено днес е ценност, нуждаещо се от споделяне. В своите репрезентации участниците включват тъкани – покривки и карета с традиционни и с по-нови мотиви, а също и възглавници, черги, като тяхното присъствие допълва атмосферата и внушава „автентичност“. Обикновено храната е изложена в глинени съдове, много често от типа „троянска керамика“, възприета за традиционна. Сред атрибутите, които придават достоверност на трапезите, попадат газени лампи, медни котлета, глинени съдове, предмети от всекидневието – пиростия, дарак, хаванче, мелничка за кафе, кратуна.

Анализирайки употребите на образи на наследството и конструирането на „най-автентична старовремска софра“, Стефана Йорова описва презентиранието на бългивечерска, петровденска, никулденска, великденска трапеза, както и на Байрам (Йорова 2020). Изследователката поставя акцент върху представянето на домакините от Бабово, а от разговорите с участниците става ясно, че част от предложените ястия са от съседни села (капанска кухня) или от по-далечни места (Добруджа). По този начин пред нас се разкрива начинът на конструиране на представянето, което разчита на атрактивност и оригиналност, а в по-малка степен – на локалност. Но този факт става видим едва при етнографските проучвания, докато за нуждите на фестивала той явно работи. Разбира се на трапезата на домакините присъства и зелевата чорба, която според изследователката е „конструирана като характерна за Североизточния регион, макар и да е позната и в менюто на други части от България“ (Йорова 2020: 123).

<sup>19</sup> За местните хора зелевата чорба е гореща, приготвя се с месо и праз, а не е само разсол, армея.

tic olden meal'. The phrase 'olden meal' relates to old times, to the past, which is presented today as heritage that needs to be shared. In their representations, the participants include different fabrics: tablecloths and table runners with traditional as well as with more modern designs, and also cushions and rugs that warm the atmosphere and add the air of "authenticity". The food is usually shown in earthenware pots, very often of the Troyan ceramic type that is regarded traditional. The objects used to make the setting more trustworthy include gas lamps, copper pots, earthenware and such daily things like a poker, a carder, a crushing bowl, a coffee grinder, and a calabash.

In her analyses of heritage images that are used and of the construction of "the most authentic olden meal", Stefana Yorova describes the presentation of traditional meals for Christmas Eve, St. Peter's Day, St. Claus's Day, Easter and Bayram (Йорова 2020). She highlights the presentations of the hosts from Babovo; the conversations with the participants reveal that some of the offered dishes are from the neighbouring villages (of the Kapantsi group) or even from more distant places (Dobrudzha). That way, we can see the way the presentation is constructed. It relies on being attractive and original much more than on being local. This fact, however, can only be seen in the ethnographic research. It is obviously acceptable and works for the festival. The set of dishes includes, of course, sauerkraut, which – according to the researcher – 'was constructed as typical for the Northeast region, although it is present in the menu elsewhere in Bulgaria' (Йорова 2020: 123).

In 2020, there are about 50 participants with "traditional meals", and around 5000 visitors. It is noteworthy that the set tables are lavishly decorated, obviously with the intention to suggest the context of ritual food, so that it is not just food presented as a product, but the meaning of the whole that generates it, and the circumstances that determine the choice of food. Quite expectedly, the Easter table has its decorated eggs, and icons<sup>20</sup> as well, while St. George's table includes a lamb (a dummy) and reconstructed cheese production

<sup>20</sup> St. Yorova described an Easter table in 2019, at which the participants even greeted people with 'Jesus has risen!' (in February), because of which 'the realistic Easter table with the decorated eggs, the fresh salads and onions, and the icons were slightly perplexing for the people' (Йорова 2020: 127).

През 2020 г. празникът има близо 50 изложители на „традиционни софри“ и около 5000 посетители. Прави впечатление украсата на пищните трапези, която цели да създаде контекст на обредната храна, да представи не само храната като продукт, но и смисловата цялост, която я поражда, обстоятелствата, които определят избора на едни или други храни. Очаквано Великденската трапеза има своите писани яйца, както и икони<sup>20</sup>, докато герзъовската включва присъствието на агне (кукла), както и направата на сирене – в цедило, с необходимите уреди и съдове за мляко, за неговото съхранение и преработка. При селата по Дунав, най-вече тия, които са били в пределите на Румъния в периода между двете световни войни, се наблюдава широко приложение на царевичното брашно – при мамалига, в тутманик, хляб, баница, варена или грухана царевича. Това вероятно представлява осъзната местна специфика, тъй като в региона има и фестивал на мамалигата в с. Нова Черна, Тутраканско.

Като другите нови празници и този съдържа набор от елементи, сред които – състезание, представяне на местен продукт, награди, фолклорна програма, които чрез своите вариации дават възможност на различни аудитории да се асоциират с отделните проявления на празника. Така едни посещават селото заради концертна програма, други задължително опитват курбана, сготвен в „юнашкия тиган“ на специално поканен готвач, а трети се впускат в изследване на формите на обредни трапези. За отбелязване е, че освен раздавана храна, организаторите са приготвили и друга, която може да се закупи – баница – на парчета и цели, пити, кексове. Този елемент е важен показател за желаната устойчивост на събитието, тъй като чрез храната мястото и посетителите се обвързват. Разбира се и тук, както отбелязват изследователите, участници и организатори влизат в множество и различни роли – на презентатори на храни, на артисти и певци, на демонстратори на местни традиционни носии, на готвачи и дегустатори, на майстори на грезна ракия.

Фестивалът в Бабово е важна част от пред-

<sup>20</sup> От 2019 г. Ст. Йорова описва великденска трапеза, на която изложителите дори подвиквали „Христос Воскресе“ (през февруари), поради което „реалистичността на Великденската трапеза с оцветените яйца, зелените салати и лук, агнешкото и иконите леко смущаваха хората“ (Йорова 2020: 127).

– in a drainer mould, with the milk vessels and utensils needed for the processing and preservation. In the villages on the Danube, especially the villages that were in Romania between the two world wars, maize flour there is widely used: for hominy, cheesecake, bread, cheese pastry, boiled or pounded maize. Probably, that is a recognized local specificity because there is a hominy festival in this region, in Nova Cherna village in Tutrakan municipality.

Similarly to other new fests, this one is also a combination of elements including a competition, a presentation of a local product, awards, a folklore program; the variations of all those elements make it possible for different audiences to feel associated with different parts of the fest. Some people visit the village to see the concert program; others do not miss to taste the sacrificial food cooked in the “hero’s pan” of the chef invited for the event; a third group dive into exploring the ritual meal forms. It is noteworthy that along with the food that is given out, the coordinators have also prepared food to buy: cheese pastry, bread and cakes. This element is a clear indicator of the desired sustainability of the event, as food binds the place and the visitors. Certainly, as the researchers note, the participants and the coordinators assume a variety of roles: food presenters, actors and singers, models showing local traditional costumes, chefs and tasters, and skilled hot rakia specialists.

The festival in Babovo is an important element of presenting living heritage in the region because it adopts elements of the traditional ritual culture, valorizes it and presents it to local people and visitors as something valuable.

\*\*\*

The valorization of local bio-cultural resources and traditional ecological knowledge is related to appraising the connection between man and his territory; it offers a possibility for a particular lifestyle and for inherited biological environment-related knowledge, skills and practices to acquire value and continuity, and helps to construct a specific cultural landscape. It is a tool to preserve food heritage, and possesses the potential to become an engine of sustainable local development in the unity of its social, economic, cultural and environmental aspects, and to ensure responsibility to local

ставянето на живите наследства в региона, тъй като вписва в себе си елементи от традиционната обредна култура, като я остойностява и представя пред свои и чужди като ценност.

\*\*\*

Валоризацията на местни биокултурни ресурси и традиционно екологично знание е свързана с ценностно осмисляне на връзките между човека и територията, представя възможност да се предаде стойност и континюитет на определен начин на живот; на наследени знания, умения и практики, обвързани с екологичната среда, съдейства за конструиране на определен културен пейзаж. Тя е инструмент за съхраняване на хранителното наследство и потенциал да се превърне в двигател за устойчиво развитие на мястото в неговата социо-икономическа, културна и екологична цялост, като се гарантира отговорност към традициите и спецификите на местните общности<sup>21</sup>.

Организацията и провеждането на празниците, посветени на биокултурни ресурси, очертават общ модел на социално и културно сътворяване на хранителния продукт като местен, в който заедно с традициите се използват и иновации, за да се покаже „уникалността“, „уникалните качества“ на емблематичния продукт, а не толкова да се конструира „автентичен местен продукт“.

Културните събития, въпреки че често носят названието „празник“ (обикновено, когато тематиката обхваща една култура или се представят обредни храни), не споделят характеристиките на „класическия“ празник, в който сериозният план е обвързан с култ (вярвания и ритуали)<sup>22</sup>. Макар да черпят ресурси от миналото и традициите, тези празнични прояви отразяват характеристиките на съвременния живот, определян като пост-модерност/хипермодерност: важното място на културата на сетивното благополучие, потребление, ориентирано предимно към консумиране на

community traditions and specificities<sup>21</sup>.

The approach to organising and making bio-cultural resource festivals outlines a common pattern of social and cultural creation of a specific food product as local; it should be noted that traditions and innovations are combined in such emblematic products in order to reveal their “uniqueness”, their “unique quality” rather than to construct “authentic local products”.

Albeit often called ‘festivals’ (usually when the theme covers a certain culture or ritual food is presented), the cultural events do not share the characteristics of the “classical” festival the fundamental plan of which is related to a cult (beliefs and rituals)<sup>22</sup>. Even though these festive events use resources of the old times and the traditions, they reflect the characteristics of modern life defined as post modernity/hypermodernity: the significant focus on the sensual welfare culture, on consumption mainly of experiences and emotions, with blurred boundaries between “high” and “low” culture, between authentic and non-authentic, between real and unreal (see, for example, Луновецки, Шарл 2005; Фегърстоун 2017). The presentation of local cultural traditions runs parallel with various entertainment instruments that are offered and encourage co-participation in the festival, activate sensory perception, and are oriented to various interests and age groups. Local people and visitors get equally involved. The cultural events are a tool to increase the awareness regarding the local bio resources; besides, they create opportunities for new business initiatives, for partnership relations between local and non-local social actors in sharing ideas and practices and exchanging products (see, for example, the Peach Festival in Gavrailovo – Ганева-Раичева 2020). Organising such events is meant, inter alia, to achieve certain business benefits for the local population (more production, more jobs and more livelihood

<sup>21</sup> Изследванията върху биокултурното наследство интерпретират селския пейзаж като биокултурен многофункционален пейзаж, който предоставя важна платформа за интегриране на биологичното и културното разнообразие за благосъстоянието на хората. Акцентира се върху разпознаването и адекватното управление на биокултурните ресурси като ключ към успешното опазване на природата и културното изразяване (Agnoletti 2014; Agnoletti, Rotherham 2015; Agnoletti, Emanuelli 2016; Lindholm, Ekblom 2019; Rotherham 2015).

<sup>22</sup> Вж. обзора на Любен Ботушаров и анализите във връзка с фолклорните събори: Ботушаров 2015.

<sup>21</sup> The research of the bio-cultural heritage interprets rural landscape as a multi-functional bio-cultural landscape acting as a significant platform where biological and cultural diversity can be integrated for the welfare of the people. The focus is on bio-cultural resource identification and adequate management as a key to the success in preserving the environment and the cultural expression. (Agnoletti 2014; Agnoletti, Rotherham 2015; Agnoletti, Emanuelli 2016; Lindholm, Ekblom 2019; Rotherham 2015).

<sup>22</sup> See Botusharov’s review and the analyses of folklore festivals: Ботушаров 2015.

преживявания и емоции, размиване на границите между „висока“ и „ниска“ култура, между автентично и неавтентично, между реално и нереално (вж. например Липовецки, Шарл 2005; Федърстоун 2017). Заедно с представянето на местни културни традиции се предлагат разнообразни средства за развлечение, които приканват към съучастие в празника, активират сетивното възприятие, насочени са към различни възрасти и групи по интереси. Въвлечени са както местните жители, така и гостите на селището. Културните събития са инструмент за повишаване на осведомеността за местните биологични ресурси, потенциал са за стартиране на бизнес начинания, за създаване на партньорства между местни и външни социални актьори за обмен на идеи, практики и стоки (вж. например Празника на прасковата в Гавраилово – Ганева-Райчева 2020). С провеждането им се целят и определени икономически ползи за местните жители (увеличаване на производството, по-голяма заетост на населението, осигуряване на поминък на местните), а не само популяризиране на местни културни традиции.

Празничните събития в двете области все още не се използват като туристически ресурс. Те имат по-скоро регионални измерения – събират производители, самодейни и професионални изпълнители от региона. Също така липсват добра координация с местните фирми, съвместна маркетингова стратегия, която да обвързва имиджа на региона с темата на празника – все предпоставки за социалната му устойчивост. Основна движеща сила в организацията на празника е кметството в лицето на действащия кмет или читалището в лицето на читалищния секретар. Промяната във властта се оказва заплаха за устойчивостта на проявата. В случаи, когато празникът губи основанията си – силно редуциране на производството на културата, на която е посветен, шансовете за устойчивост във времето са минимални. Подобен пример предлага Празникът на гъбата в с. Красен, Русенско. От поминък, ангажирал почти цялата селищна общност до началото на 90-те години на ХХ в., отглеждането на гъби в последните години е занятие на единици местни производители, а гъбопреработването е спомен от миналото (вж. Ганева-Райчева 2020).

**Възстановките на миналото като механизъм за валоризация на наследство**

options for the local people) rather than just promote the local cultural traditions.

The festive events in the two regions are still not used as a tourist resource. Their scope can rather be described as regional: bringing together producers, amateur and professional performers from the region. Besides, there is no sufficient coordination with the local companies, neither is there a joint marketing strategy that will connect the image of the region to the festival theme, although that would strengthen its social sustainability. The main engine of the festival organisation is the mayor's administration in the face of the mayor, or the community cultural centre in the face of its secretary. The change of the local government appears to be a threat to the event sustainability. In the cases when the festival loses its grounds – for example, a strong reduction in producing the crop that is its theme – the chances for long-term sustainability are really small. An example like that is offered by the Mushroom Festival in Krasen village, Rousse region. From an occupation for nearly the whole village community in the early 1990s, growing mushrooms in the recent years has become the living of just a few local producers, while mushroom processing is now a memory from the past (see Ганева-Райчева 2020).

**Re-enactments as a heritage valorization instrument**

**Market Day in Gorno Ablanovo village, Rousse region, for the opening ceremony of a memorial museum of Ignat Kaneff.** Gorno Ablanovo is a village south of the Danube. In October 2019, there was a special event for the whole village and its guests on the occasion of opening a memorial museum of Ignat Kaneff. A special guest to the event is Ignat Kaneff, a businessman and philanthropist from Canada, who was born in Gorno Ablanovo<sup>23</sup>. The month of October and the abundance of produce become a natural setting for the event. The sign reading 'An autumn day in the past' suggests a combination of the seemingly natural choice highlighted by the season and

<sup>23</sup> Ignat Kaneff (1926–2020); as a boy, he was gardener in Middle Europe. After his emigration to Canada, he became a building contractor, a millionaire, a philanthropist, doctor honoris causa of Rousse University; he was awarded Stara Planina order first degree, and was member of the Order of Canada.

**„Пазарен ден“ в с. Горно Абланово, Русенско, за откриване на мемориален музей на Игнат Канев.** В село Горно Абланово, разположено южно от река Дунав, по повод откриване на мемориален музей на Игнат Канев през октомври 2019 г. се организира тържество за цялото село и неговите гости от Русе. Специален гост е милиардерът Игнат Канев, бизнесмен и филантроп от Канада, роден в селото<sup>23</sup>. Месец октомври и изобилието от земеделска продукция стават естествен декор на празника. Написът „Един есенен ден от миналото“ ни подказва за съчетаване на сякаш непринудения избор, подчертан от сезона, и празничността, породена от връщането към младостта (част от „миналото“) за преимуществено старите хора, които живеят в селото.

Съборът в селото е част от естествените начини за отбелязване на значими събития, той е наследена форма на празничност. Всъщност нищо в наблюдаваното събитие не е естествено, непринудено или наследено. Читалището от град Борово вече има опит при организацията на ретро пазар с характерни персонажи и специфични роли – това е практика, запазила се устойчиво в последните години при провеждане на фестивала „От Дунава до Балкана“<sup>24</sup>. Тази своеобразна „историческа възстановка“ на всекидневен живот в миналото привнася ценности, които местните общности не притежават – селата от региона нямат груз пазар, освен този в града, а персонажите, които са включени в представлението, са предимно градски.

Сюжетът на събитието „пазар“ в Горно Абланово представлява потапяне в миналото, а причината – да се върне времето към младежките години на Игнат Канев. Това цели изравняване на позициите, когато младежът Канев е бил зависим

<sup>23</sup> Игнат Канев (Кънев), 1926–2020 г., като младеж е бил градинар в Средна Европа, а след емигриране в Канада е строител, милионер, дарител, почетен доктор на Русенския университет; носител на орден „Стара планина“ I степен; „Член на ордена на Канада“.

<sup>24</sup> Фолклорният фестивал „От Дунав до Балкана“, който се провежда в град Борово, област Русе, е от 2008 г., а „Един пазарен ден от началото на ХХ век“, представен като театър на открито, е от 2010. Основен двигател на инициативите е Цветелина Георгиева – председател на журито на фестивала, бивш зам.-кмет, с образование по етнология и лингводидактика в Русенския университет. Село Горно Абланово се намира в Община Борово. За историята на фестивала, вж.: <https://www.borovo.org/bg/sabitia/festival-istoria.html> (21.01.2022).

the joy of returning to youth (part of the “past”) for the predominantly aged people living in the village.

The village festival is one of the natural ways of celebrating important events; it is an inherited festivity form. Actually, nothing in that event is natural, unintended or inherited. The community cultural centre in Borovo has already accumulated experience in organising a vintage market, with its specific characters and roles; that practice has become sustainable in the recent years with the festival ‘From the Danube to the Balkan Mountains’<sup>24</sup>. That original ‘historical re-enactment’ of the daily life in the past brings in values that the local communities do not have: the only market for the villages in the region is in the town; moreover, the nature of most of the characters in the show is urban.

The storyline of the Gorno Aplanovo “market” event is like going back to the past; the reason: to return the time of Ignat Kaneff’s youth. The aim is to balance the positions: the young Kaneff depended on the community, and on the other hand, the community gave him the feeling of “home”, which was important for him as an immigrant. The local community, in turn, finds in that event a platform to communicate with the high-standing billionaire.

Wooden constructions outline the market space. The carpets, tufted rugs and woollen bed covers placed over them are the stage setting. The decoration is further varied with traditional vests, rag rugs, wool for spinning, a cot with a doll in it. The participants add life to this setting: old women spinning with distaffs and spindles; a woman knitting a sock on six knitting needles; another woman embroidering a table runner. There are also decorated pillows, a carder with wool, a basket of shuttles and dolls dressed in traditional costumes. Three rows of carefully folded women’s gowns are placed as if for sale in front of

<sup>24</sup> The folklore festival ‘From the Danube to the Balkan Mountains’ in Borovo, Rousse region, was first organised in 2008; ‘A Day at the Marketplace in the Early 20th Century’ open-air show is from 2010. The main engine of these initiatives is Tsvetelina Georgieva, President of the festival jury and former deputy mayor; holder of a university degree in ethnology and language education from Rousse university. Gorno Aplanovo village is in Borovo municipality. To see the festival history, please visit: <https://www.borovo.org/bg/sabitia/festival-istoria.html> (21.01.2022).

от общността, но в същото време общността му осигурява чувство за „рогно“, което му е важно в годините на миграция. От своя страна местната общност чрез това събитие намира платформа, чрез която да общува с високопоставения в обществото милиардер.

Дървени конструкции очертават пространството на пазара, а върху тях са сложени черги, китеници, кувертюри, които създават декор на сцената. Украсата е обогатена с елечета, парцалени черги, къдели с вълна, детска люлка с кукла в нея. Участниците оживяват този екстериор – баби предат с хурка и вретено, друга жена плете чорап на шест куки, а трета – шие каре. Не липсват и „късани“ възглавници, дарак с вълна, кошница със совалки, кукли с носии. Пред нарисувана чешма има изложени женски ризи на три реда, съзнати като за продажба. Нощви за месене на хляб подказват наличие на тесто до печка с кюнец и тиган върху нея, където „на живо“ се пържат мекици и гюзлемета, които се продават – по 50 ст., но „пари не връщат“. На щанд „Правя магии за любов“ две „циганки“ хвърлят боб и гледат на карти. Следват щандове със земеделска продукция – тикви, камби, лук, царевича, грозде, пипер, туршия в буркани. Тук се появява Игнат Канев в костюм, оглежда щандовете и казва – „Ха, карфиол, продавал съм го като малък в Австрия. Ще ида от другата страна да покажа“. Слага два домати от едната страна, малък грам от другата, но везната не помръдва. „Ей, те тежки бе...“. „Тури полвинката“, подказва една баба. „Колко струва доматието?“, питат го. „Тез двете са десет лева“, казва Канев. След което им благодарят, че са го допуснали отново да е част от тях. Минава по щандовете, циганките му гледат на ръка и „виждат“ край него много жени и много здраве. Идват хора и му показват стари черно-бели снимки, за да се разпознават на тях.

Изкуствената ситуация на представлението се подчертава от персонажи, които са част от социума в домодерното село, но не са част от пазара, например билкар, кръчмар. И следващите роли – на шивач, бръснар, симитчия, бирник, яйчар, зарзаватчия (продавач на зеленчуци) и грънчар, не са подбрани според спецификата на „пазара“, но вероятно са избрани съобразно желанието на „актьорите“. В настоящата проява е налице съучастие на местната общност, която преживява събитието чрез своето включване, тъй като представя себе си и уменията си като уникални. Например в пазара са из-

the decorated village fountain. Bread trough suggests that there is dough by a stove with a pipe, with a frying pan on it, where they fry “live” fried dough sold at 50 cents the piece, but “no change is given back”. At the “Magic for love” stall two “gypsy” women tell fortune using white beans or playing cards. Next to them are the stalls with produce: pumpkins, round pepper, onions, maize, grapes, pepper, jars of pickled vegetables. Here comes Ignat Kaneff dressed in a suit, takes a look at the stalls and says, ‘Hey, cauliflower; I used to sell it as a child when I was in Austria. I will go to the other side to show.’ He puts two tomatoes on the weighing scales, puts a small weight, but the scales do not move. ‘Wow, they are heavy...’ ‘Put the half kilo’, an old woman tries to help. ‘How much are the tomatoes?’, they ask him. ‘These two are ten levs’, Kaneff says. Then he thanks them for having let him be part of them again. He goes around the stalls; the “gypsies” read his fortune on his hand and “see” many women and good health around him. There come people showing him black-and-white photographs so that he could find himself in them.

The pretended situation of the show is emphasized by characters that belong to the pre-modern village socium but they are not part of the market place, such as a herbalist or a pub keeper. There are other roles – of a tailor, a barber, a baker, a tax collector, a greengrocer and a potter – that were not chosen to match the “market place” nature, either; most probably, they correspond to the preferences of the “actors”. This event happens with the co-participation of the local community that experiences the event through its involvement, as it presents itself and its skills as unique. There are, for example, women’s gowns exhibited at the market; those traditional clothes were never traded because every woman made her own gowns in the past. But they make the “market” get transformed into an “exhibition”, a specific open-air museum that displays elements of the common past that have survived. Those elements most probably form a system in their minds, but they are actually just fragments, an unsystematic story about past times that has reached us without the transmission of the folklore or the skills transmitted between generations.

ложени женски селски ризи – традиционни облекла, които никога не са били предмет на търговия, тъй като всяка жена е шила сама за себе си този тип облекло. Но чрез тях „пазарът“ се трансформира в „изложение“, своеобразен музей на открито, който показва оцелелите във времето елементи от някогашното общо минало. Елементи, които вероятно в мисленето им образуват система, но реално са отломки – несистемен разказ за отминали времена, достигнал до нас без трансмисията на фолклора или уменията, предавани между поколенията.

Събитието продължава с официална част – открива се музей на Игнат Канев. Мемориалният музей е изграден чрез презентация за жизнения път на Игнат Канев, с акцент върху успеха му като строител. Има витрина с лични вещи и награди, видео-документи, както и интерактивен дисплей с информация по разнообразни теми. Като богаташ от него винаги се очакват дарения. Неговите дарителски жестове се реализират в различни жизнени пространства и притежават различни смислови послания. На (родното) село той заплаща ремонт на църквата, изгражда се нова читалищна сграда, в която се обособява мемориалният музей. В (родния) град Русе той обзавежда болница и заплаща изграждането на университетска зала с 900 места, които носят неговото име. Селото и градът не се противопоставят, те са му еднакво важни, но в общуването си с тях той ползва различни канали.

Празничната програма продължава с рецитал, в който биографията на Канев се представя в стихове. Някои елементи от животоописанието – „немил-недраг в Австрия праща поздрав на село по Дунав“, попадат в готовите интерпретативни схеми за мислене на мигранта (немил-недраг, по Вазов), а също и чрез представата за устойчива връзка по Дунав (Виена – Русе). Макар самото село да не се намира на брега на реката, то разполага със своя флотилия, за която ще стане дума по-долу. Поради това дунавските връзки са естествена част от света на селото и локалното мислене за тази част от Европа. Концертът продължава с песен, посветена на Канев и родното му село – „На вас, мистър Канев, здраве ви желаем... Бог да ви пази, България помнете, но винаги в сърцето Абяново носете“. Песните за родното село са важна част от елементите на локалната идентичност, тъй като винаги са фокусирани върху ярки черти от местното наследство и показват отношенията между локално и глобално (Тончева 2020).

The event goes on with an official ceremony: the opening of a museum of Ignat Kaneff. The memorial museum structure is based on Ignat Kaneff's life story, with a highlight on his success as a building contractor. There is a showcase with personal belongings, awards and video documents, and an interactive display that covers many topics. Being a well-off person, he is always expected to make donations. His philanthropic actions happen in various living spaces; therefore, the meaning of their messages is always different. In his home village, he paid for the church rehabilitation and for a new building of the community cultural centre; the memorial museum is in that building. In Rousse, he donated for hospital equipment and for a university hall of 900 seats; the hospital and the hall are named on him. The village and the city are not in a confrontation; they are equally important to him. However, the channels he uses to communicate with them are different.

The official event program continues with reading a poem about Kaneff's life. Some elements of his life story – 'unwelcome and friendless in Austria, he sends down the Danube greetings to his village' – fit in the existing interpretation patterns concerning migrants (unwelcome and friendless, based on Vazov), and also in the concept of sustainable connection via the Danube (Vienna – Rousse). Although the village is not on the river, it has its own fleet that will be mentioned later. Therefore, the links via the Danube are a natural part of this village's view of life and of the local thinking regarding this part of Europe. The concert goes on with a song dedicated to Kaneff and his home village: 'Best of health to you, Mr. Kaneff... May God bless you, remember Bulgaria and always keep Ablanovo in your heart.' – Songs about the home village are an essential part of the local identity elements because they are always focused on bright aspects of the local heritage and reveal the relations between the local and the global (Тончева 2020).

Regardless of how much we scrutinize the quality of The Market Place show and the fact that it happens, it is obviously a success for the key recipient, as Kaneff is part of it and gladly gets involved. The actions that follow - the museum opening ceremony

Независимо от взиранията ни в качеството на представлението „Пазар“ и неговото случване, то явно има успех за основния реципиент, тъй като Канев се вписва в него и сам проявява активност. Последващите действия – откриване на музей и фолклорна програма с песни и танци от гостуващи професионалисти, следват съвременен сценарий, който няма много общо с традиционните селски празници, а представлява част от съвременните урбанизиращи практики. В разглежданата ситуация на пръв поглед имаме отказ от реално включване и употреба на живи наследства – тъй като познатите форми на този тип културни ценности са обвързани най-често с фолклорната домодерна култура и тук не присъстват в системен вид, не се разпознават като знание или умения. Всъщност в поредицата от представления – „пазар“ и „откриване на музей“ е налице свод от общи спомени, формиращи колективна памет, която валоризира общото минало. Конструирането на това „минало“ е само една от формите за преживяването му и споделянето му с различни поколения и аудитории. Но публичната изява на този ментален конструкт представлява сигурна основа за реализацията на живо наследство, което обединява местната общност и ѝ осигурява сигурни белези за разпознаване в пъстрия свят на нашето съвремие. От своя страна наличието на „музей“ представлява гаранция за съхраняването на колективната памет, която се явява форма на живо наследство в процеса на общуване между местни хора и чужди.

В разглеждания случай наследените форми на фолклорното общуване употребяват празниците за конструиране на пожелано минало, с цел постигане на удовлетворение при търсенето на локална идентичност. Оживялата сцена на „пазар“ представлява до голяма степен импровизации, които залагат на включването на участниците – както на „самодейците“ актьори, така и на посетителите и разбира се на най-важния сред гостите. Живял от десетилетия в урбанистична среда, милионерът лесно сменя роли – от гост в продавач, от участник в откриване – в почетен гост. И макар на пръв поглед местните хора да са активната страна, основен организатор и катализатор на събитията, се явява университетът и ректорът, които са най-важните реципиенти на даренията на милионера. Независимо от тези фактори, изборът на сюжет за представлението по време на празника и реализацията му, са подчинени на решенията на

and a folklore program in which visiting professionals follow a modern scenario and perform songs and dances - have nothing to do with the traditional village feasts; they are actually part of the modern urbanizing practices. In the situation described above, it seems that we have a refusal to really incorporate and use living heritage, as the known forms of cultural assets of this type are most often related to the pre-modern folklore culture and their presence here is not systematic, so they are not recognised as knowledge or skills. In fact, the sequence of shows – “the market place” and “official museum opening ceremony” – presents a compilation of common memories shaping the collective memory that valorizes the common past. Constructing that “past” is just one of the forms in which it is experienced and shared with various generations and audiences. The public manifestation of that mental construct, however, is an undeniable fundament for the creation of living heritage that unites the local community and provides for it reliable distinguishing marks in the varied modern world. In its turn, the presence of a “museum” is a pledge for the preservation of the collective memory functioning as living heritage in the communication process between locals and strangers.

In the case described above, the inherited folklore communication forms use events as a tool to construct the desired past that will make the process of searching for local identity successful. Breathing life into the market place scene is very much based on improvisations relying on the readiness of the participants – the “amateur” actors, the visitors and certainly the most important guest - to act. Having lived for decades in an urban environment, the millionaire easily changes his roles: from a guest to a merchant, and from a participant in an opening ceremony to a guest of honour. Although it may seem that the active party are the local people, the main event organiser and catalyst is the university and its rector, as they are the most important recipients of the millionaire’s donations. Notwithstanding these factors, the choice of a show storyline for the event and its performance follow the decisions taken by the local community leaders, and that is the aspect that attracted our attention to this research field.

лидерите на местната общност, което привлича и нашия поглед към това изследователско поле.

В разглеждания случай читалището се реализира като културна сцена с активни актьори, то се превръща в хранилище на наследства и място на памет за хора, които изграждат териториална общност с наследство. Едновременно с това наследството – основната ценност, която притежава, има своите нематериални измерения, тъй като музеят, който читалището има, съдържа разказите за тази ценност – и в случая това е самият Игнат Канев.

Но селото притежава и други персонажи, формирани разкази и представи за наследства, сред които изпъква образът на „флота на Кафадаки“. Кафадаки е стар моряк от гръцки произход, който притежава кораби и гира – „дълбачка“. Частната инициатива е силно ограничавана във времето на социализма, поради което всички плавателни съдове са били част от активите на местното Трудово-кооперативно земеделско стопанство, макар в спомените на местните хора всичко е било притежание на един човек. *„Той дойде 1959 г. от морето. Най-напред купи една гемия, почна да работи в Горно Абланово. След туй купи дълбачка, работи на Батин, докара брата си. С таз гемия от Горно Абланово от градината караха на Свищов домати. Обаче той като кара домати, тя се командваше гемията с кормило отзад, а двигателя вътре. И както я кара и - на чукана отгоре. И гемията потъна. Те товареха 50–60 кубика пясък, изкарваха на брега. Кафадаки беше дал у Горно Абланово на сто човека хляб“* (Георги Русев, р. 1933, с. Мечка).

Добивът на инертни материали (пясък, чакъл, баластра) от река Дунав е обвързан със строителството. Поради което след старта на строежа на Втората атомна централа при град Белене, дълбачката „Върбан войвода“<sup>25</sup>, корабът и шлеповете за товарене, са включват в изграждането на съоръжението. Всички работещи получават двойни надници, тъй като обектът е със статут „национален“, което рязко повдига авторитета на флота на Кафадаки. Мнозина от работещите са от Русе. За Кафадаки и младата му жена, която „се къпела в мляко“, както и за несметното му богатство

<sup>25</sup> Върбан войвода е предводител на Червеноводската чета от 1875 г., която излиза в региона от русенските села. Войводата е заловен и убит в близост до с. Широково. Селото е в непосредствена близост до Горно Абланово, поради което може да се приеме и за „местен“ героичен персонаж.

In this case, the community cultural centre performs the function of a cultural stage with active actors; it becomes a heritage treasury and a memory place for people constructing a territorial community with heritage. At the same time, the heritage – the main treasure of the community – has its intangible aspects because the museum of the community cultural centre contains the narratives about that reassurance, and in this case it is nothing else or no one else but Ignat Kaneff.

But the village has other characters that have also formed stories and ideas about heritage; the brightest of them is Kafadaki's Fleet. Kafadaki was an old sailor born in Greece, who had ships and a dredging boat – a “scraper”. Private initiative was strongly limited in the socialist period. Therefore, all vessels were part of the assets of the local agricultural cooperative, although in people's memories everything belonged to one person only. 'He came in 1959 from the seaside. Initially, he bought a small boat and started working in Gorno Ablanovo. Then he bought a dredging boat and started working in Batin; then he brought over his brother. With that small boat, they transported to Svishtov tomatoes from the vegetable garden of Gorno Ablanovo. But when he was transporting tomatoes, that small boat was navigated by the steering wheel on the rear side, and the engine was inside. And while sailing, it bumped into a log. The boat sank. They used to load 50-60 cubic metres of sand and take it to the shore. Kafadaki gave living to a hundred men in Gorno Ablanovo' (Georgi Rusev, born 1933, Mechka).

Inert materials (sand, gravel, aggregate) extraction from the Danube is related to the construction industry. That is why, after the construction of the Second Nuclear Power Station at Belene started, the Varban Voyvoda<sup>25</sup> dredging boat, the ship and the barges were used for the construction process. All employees had doubled wages because that was a construction site of national significance, and that fact noticeably elevated the image of Kafadaki's fleet.

<sup>25</sup> Varban Voyvoda was leader in 1875 of the Chervena Voda guerrilla group; the group started from the villages in the region. The leader was caught and killed near Shirokovo village. That village is very close to Gorno Ablanovo; therefore, Varban Voyvoda can be regarded as a “local” hero.

и днес се разказват истории – при това не само в Горно Абланово, но и в околните села по Дунав, които пазят памет за този странен социалистически корабовладелец. Селото разполага с двама особено богати мъже, но поставя акцент върху канадския бизнесмен, който сам казва: „В Канада станахме по-големи българи, отколкото бяхме преди това“. Така местният патриотизъм се пресреща с този на мигрантите, за да отвоюва място на селото и неговите жители в глобалния свят.

**Комитският събор в с. Червена вода, община Русе.** Културната проява попада в сферата на историческите възстановки на събития от Възраждането, които пресъздават формираните чрез образование, изкуство и в музейна среда образи на наследството. Както отбелязва в своето изследване Искрен Великов, „освен да употребяват, историческите възстановки имат способността и да утвърждават образи на наследството“ чрез многократното им използване, което води до „конструиране на модел в очакванията за визуалните послания“ от епохата (Великов 2020: 171).

Събитието е свързано с отдаване на почит на Червеноводската въстаническа чета „Каран“. Кратката история на четата е следната. Тя е формирана през 1875 г. във връзка с подготовката на общо българско въстание. Определено е въстанието да избухне в с. Червена вода, където учителства Тома Кърджиев. На 17 септември (29-ти ст. ст.) в местната църква е осветено знамето, ушито от Петрана Обретенова, дъщеря на баба Тонка, и Тодор Чунчулов, сърмар и член на комитета в Русе. Четниците целуват кръста, Библията и знамето и се заклеват в името на отечеството. Два дни по-късно председателят на комитета Тома Кърджиев е арестуван. На 21 септември излизат общо 19 четници начело с Върбан Юрданов от Шумен. Четата се насочва към Стара планина, но когато става ясно, че никъде не е избухнало въстание, се разпръсква. Войводата се укрива в с. Широково, но е заловен и убит на път за Русе<sup>26</sup>.

Исторически свидетелства и мемоари от Възраждането, краеведски изследвания, публикации в

<sup>26</sup> Повече за Червеноводската чета вж.: Деян Стайков. Червеноводската чета или поредният пример за неуморната борба на българите. – <https://bulgarianhistory.org/chervenovodskata-cheta/>; също Сайт за войводи, революционери и герои от войните: <https://voivodi.eu/cheti/cervenovodskata-vstaniceska-ceta/> (5.01.2022).

Many of the employees there were from Rouse. They still tell stories about Kafadaki and his young wife “bathing in milk” and about his exceptional wealth; what is more, along with Ablanovo, these stories circulate in the neighbouring villages on the Danube where they still remember that unusual ship owner from the socialist era. The village has two wealthy men, but the highlight is the Canadian businessman, who said: ‘In Canada we became much more patriotic about Bulgaria than we used to be.’ That way, the local patriotism has a crossing point with the patriotic feelings of emigrants that help the village win a place for the village and its people in the global world.

**Rebels' Gathering in Chervena Voda village, Rouse municipality.** This cultural event falls in the group of historical re-enactments of events from the Bulgarian Revival period that present heritage images shaped by education, art and museums. As Iskren Velikov notes in his research, along with using heritage images, historical re-enactments have the capacity to establish heritage images through their numerous reiterations leading to the construction of a pattern of expected visual messages (Velikov 2020: 171).

The event is related to honouring the Karan guerrilla group from Chervena Voda village. The brief story of this group says that it was formed in 1875 as part of the country-wide Bulgarian uprising preparation process. The uprising was planned to begin in Chervena Voda village where Toma Kardziev was a teacher. The banner made by Petrana Obretenova, who was Baba Tonka's daughter, and Todor Chunchulov, tinsel maker and member of the revolutionary committee in Rouse, was consecrated in the local church on September 17 (Sept. 29 in the old style). The guerrillas kissed the cross, the Bible and the banner and took a vow in the name of the homeland. The committee chairperson was arrested two days later. A group of 19 guerrillas left the village on September 21; their leader was Varban Yurdanov from Shumen. The group started off to the Balkan Mountains; when they learned that there was no outbreak anywhere, they scattered. The leader hid in Shirokovo village,

медии и в научни издания, появяващи се периодично през годините, поддържат колективната памет за нея. За това спомагат и мемориалните места: паметник на четниците (1955)<sup>27</sup>, паметна плоча на четата (2007), паметник на Тома Кърджиев, създател на революционния комитет в Червена вода, паметна плоча на църквата, в която е осветено знамето на четата, което по-късно е знаме на четата на Христо Ботев.

Паметната плоча на сградата на читалището е резултат от проект „Под знамето на Червеноводската въстаническа чета“ на Спортно туристическо и природозащитно дружество „Академик“ – Русе, подкрепено от Фондация „Русе – град на свободния дух“ и ВН – социален проект на Еконт, със съдействието на Регионален исторически музей – Русе и Студентски съвет на Русенския университет „Ангел Кънчев“. Надписът съдържа имената на въстаниците, техния подвиг и завършва с оценка за делото им: „Червеноводската чета, въпреки неуспеха си, повдига духа на народа“ и показва, че „българското население вече е готово да се бори за свободата си“.

Чествания на подвига на участниците в Червеноводската чета се организират от 2009 г., а от 2017 г. прерастват в събор. През 2010 г., по случай 135-годишнината от създаването на четата, знамето ѝ е осветено отново и поставено в музейната сбирка (*Утро (Русе)*, № 217, 15 септ. 2010, с. 9). Основни организатори на Комитския събор са ВМРО – Българско национално движение и Сгружение за военно-патриотично възпитание на младежта „Приказка за България“, с подкрепата на Дружество „Традиция“ – Русе и Народно читалище „Гоце Делчев – 2009“. Според организаторите Комитският събор спомага „за съхраняването и популяризирането на историческото и културното наследство, занаятите, фолклора и народните традиции“.

Честванията започват с възстановка, която включва осветяване на знамето на четата в църквата. След панихида за загиналите в национално-освободителните войни следва тържествено изнасяне на знамето и шествие до паметника на Тома Кърджиев с отдаване на почит, поднасяне на венци и цветя. Празникът се пренася на стадиона. Съборът се открива официално и участниците полагат

but he was caught and killed on the way to Rouse<sup>26</sup>.

Historical evidences and memoirs from the revival period, local history research works, publications in mass media and research works appearing at random intervals in the run of time keep the collective memory about that group. The memorial sites also play their role: a monument to the guerrillas (1955)<sup>27</sup>, a memorial plaque of the group (2007), a monument of Toma Kardzhiev, the founder of the revolutionary committee in Chervena Voda, a memorial plaque on the wall of the church where the guerrillas' banner – it later became the banner of Hristo Botev's group – was consecrated.

The memorial plaque on the wall of the community cultural centre was made under the project called 'Under the Banner of the Chervena Voda Guerrillas'. The project of the Academic Alliance for Sports and Environment Protection was supported by Ruse – Free Spirit City Foundation and ВН – a social project of ECONT, and received assistance from the Rouse Regional Museum of History and the Students' Council of Angel Kanchev University of Rouse. The plaque has a list of the guerrilla's names, a short description of their heroism, and an assessment of their act: the group from Chervena Voda, regardless of its failure, lifted the spirit of the nation' and showed that 'the Bulgarian population was already keen on fighting for their freedom'.

Events in celebration of the Chervena Voda guerrilla group heroism have been organised since 2009; since 2017, they have grown into a gathering. In 2010, on the 135<sup>th</sup> anniversary of the group formation, its banner was re-consecrated and placed in the museum exhibition (*Утро (Русе)*, № 217, 15 септ. 2010, с. 9). The key organizers of the Rebels' Gathering were VMRO – Bulgarian National Movement and the *Приказка за България* Youth Association for Martial and Patriotic Education, supported by *Traditsia* Associa-

<sup>26</sup> For more about the Chervena Voda guerrilla group see: Деян Стайков. Червеноводската чета или поредният пример за неуморната борба на българите. – <https://bulgarianhistory.org/chervenovodskata-cheta/>; you can also visit this site: <https://voivodi.eu/cheti/cervenovodskata-vstaneska-ceta/> (5.01.2022).

<sup>27</sup> Николов, С., Вл. Димитров. На героите от Червеноводското въстание – вечна слава. – *Дунавска правда (Русе)*, № 234, 2 окт. 1955.

<sup>27</sup> Николов, С., Вл. Димитров. На героите от Червеноводското въстание – вечна слава. – *Дунавска правда (Русе)*, № 234, 2 окт. 1955.

„комитска клетва“. По предварителна заявка се провеждат следните конкурси: „за комитска песен и танци“, „за женска фолклорна носия“, „за комитско вино и комитска ракия“, „комитска надпревара за най-добра чета и най-личен юнак“. Всички конкурси са с награден фонд.

В програмата са включени „открити уроци по родолюбие“ и „живи картини на национално-освободителното движение на България“. Провеждат се състезания по надстрелване с предно и задно пълнещо историческо оръжие, турнири по стрелба с въздушна пушка и пистолет. До пандемията от COVID-19 съборът се разгръща в два дни. Тук представяме програмата на събитието през 2018 г., когато го наблюдавахме и документирахме. В края на първия ден „компетентно жури“ обявява „червеноводенския комита“, на когото се връчва специален плакет. Раздава се хайдушкия боб, комитския гювеч и печеното агне, приготвени през деня на място. Агнето е за дружината, която „изглежда най-автентично като комитска чета“. Вечерта програмата завършва с концерт. През втория ден отново се провеждат открит урок по родолюбие и практически занимания по боравене с „историческо оръжие“. Съборът завършва със заключително дефиле на участниците. За спомен всеки желаещ може да отнесе свидетелство за зачисляването си в „комитското братство“.

И тук събитието се употребява от политическата сфера. Съборът е уважен от политици, депутати, представители на областна и местна власт. Те изпълняват определени роли в сценария на събитието, част от тях са облечени като четници. Начало на събора е дадено едва с пристигането на Красимир Каракачанов, председател на ВМРО, заместник министър-председател по обществения ред и сигурността и министър на отбраната в третото правителство на Бойко Борисов (2017–2020). Той е главният комита, облечен е в „подходящо“ за случая облекло, води шествието, открива събора. Областният управител на Русе (от ВМРО) учредява специалния плакет, който се връчва на червеноводенския комита.

Акценти са патриотичните послания към посетителите (например „Верую на патриота“, разпечатано го Библия с кръстосани револвер и нож), които са призовани да бъдат активни в съхраняването на историческата памет. Под наслова „Вземи историята в ръката си“ Сдружение за военно-патриотично възпитание на младежта „Приказка за

tion – Rousse and Gotse Delchev-2009 Community Cultural Centre. The organizers believe that the Rebels' Gathering advances 'the preservation and promotion of the historical and cultural heritage, the crafts, the folklore and the folk traditions'.

The event starts with a re-enactment of the consecration of the guerrilla group banner in the church. The memorial service for those who died in the national liberation wars is followed by a parade of the banner and a procession to Toma Kardzhiev's monument to perform a ceremony to honour the heroes and leave wreaths and flowers at the monument. Then the event proceeds on the stadium. After the official opening ceremony the participants in the gathering take a "rebel's vow". The next event element are competitions; participation in them is based on applications made beforehand. The participants compete in several categories: rebels' song and dance; women's folklore costume; rebels' wine and rebels' rakia, rebels' competition for the best group and the most noteworthy young man. All competitions have prize funds.

The event program includes open lessons in patriotism and living pictures of the national liberation movement in Bulgaria. There are shooting competitions with historical breechloaders and muzzleloaders, air guns and guns. Prior to the COVID-19 pandemics, the gathering lasted two days. Here we present the 2018 program, when we watched and documented the event. In the end of the first day, a "competent jury" announces the "Chervena Voda rebel", who receives a special plate. The guerrilla white beans, the rebels' stew and the roasted lamb are dished out; the food is prepared on the spot on the same day. The lamb is for the group that has 'the most authentic appearance of a guerrilla group'. The end of the program is an evening concert. On the second day, there is another open lesson in patriotism, and practical sessions in using historical weapons. The gathering ends with a parade of the participants. Everyone can take home a souvenir: a certificate of being rolled in the "rebels' brotherhood".

The use of the event for political purposes is clearly seen. Different politicians, Members of Parliament and representatives of the regional and the local government come to the gathering. They perform roles in the event scenario; some of them are dressed as guerrillas.

България“ събира дарения за музейна експозиция на героичното време.

Комитският събор споделя характеристиките на историческите възстановки на събития от Националното Възраждане, които обикновено представят героични сюжети от това време. Те подкрепят направените от Анна Алексиева заключения в изследването ѝ върху „преживяването на Възраждането“. Като проследява развитието на възстановките през годините, авторката отбелязва „преминаването им в полето на самодействието“ в постсоциалистическия период, определя ги като „прояви на популярния и неформалния национализъм“, израз на „недоверие към големия исторически разказ, който не възпитава достатъчно в патриотизъм“ (Алексиева 2021: 366). Изследователката откроява също тенденцията „на все по-силно привързване към националното, но в процесите на глобализация“, както и развитието на възстановките „от полето на любителското към „професионализиране“ в бизнес проекти, в неизменна част от държавните чествания“ (Алексиева 2021: 373), за да заключи, че границите между популярния и официалния национализъм се размиват.

Приведените случаи са илюстрация за популярно преработване на миналото, примери за „жива история“ и инструмент за въвеждане в наследство<sup>28</sup>. Възстановките на миналото представят нова популярна култура, в която според И. Дичев се срещат „потребителско и сакрализиращо отношение към историята“. Основните актьори в нея – реенакторските групи – са едновременно „производители и консуматори на история“, а на всички участници се предлага да преживеят „прескачането от свят в свят, без да напускат своя“ (Дичев 2021: 332–336).

### **Събитието – възможност за изграждане на връзки между общности, места и наследства в региона**

**Ревитализиране на празници от времето на социализма – Посрещане на Нептун.** Посрещането на божеството на морската шир Нептун на брега на Дунав представлява локална изява на организирано контролирано забавление за тру-

The official start is given only after the arrival of Krasimir Karakachanov, Chairman of VMRO, Deputy Prime Minister of Public Order and Security and Minister of Defence in Boyko Borisov's third government (2017–2020). He is the chief guerrilla; he wears a relevant costume, leads the parade and opens the gathering. The Regional Governor of Rousse (from VMRO) issues a special plate that is given to the Chervena Voda guerrilla.

The highlights are patriotic messages to the audience (for example, a Patriot's Creed printout placed by the side of a Bible with a revolver and a knife over it), with appeals for them to be active in preserving the historical memory. 'Take History in your Hand' is the motto of the Story about Bulgaria Youth Association for Martial and Patriotic Education that they use to collect donations for a museum exhibition of the heroic time.

The Rebels' Gathering shares the characteristics of historical re-enactments of events from the National Revival period that usually show heroic stories from that time. They support the conclusions made by Anna Aleksieva in her research on 'experiencing the Revival Period'. She makes a review of the re-enactments over a period of time and notes that they 'moved to the field of amateur performances' in the post-socialist period, and defines them as 'manifestations of the popular informal nationalism' as an expression of 'mistrust to the large historical narrative that does not inspire patriotism sufficiently' (Алексиева 2021: 366). Furthermore, the researcher notes the trend of a 'stronger attachment to the national, yet within the globalisation processes' and the development of re-enactments 'from the amateur field to "professionalization" in business projects, and to an invariable element of the official state celebrations (Алексиева 2021: 373), and makes the conclusion that the boundaries between popular and official nationalism are blurred.

The cases described above illustrate the popular processing of the past, give examples of 'living history' and are an inheritance tool<sup>28</sup>. Re-enactments of the past are a new type of popular culture that is, according to I. Dichev, a meeting place of 'the consumerizing and the

<sup>28</sup> Вж. Казаларска 2018, за реконструкциите на античното и тракийското минало вж. Троева 2017; Страхилев 2021; също тематичния брой на сп. „Българска етнология“, посветен на историческите възстановки – 2021, 47(3).

<sup>28</sup> See Казаларска 2018; about reconstructions of the Antique and the Thracian past see Троева 2017; Страхилев 2021, and the *Bulgarska Etnologia* magazine thematic issue on historical re-enactments.

геци се, позната от средата на 60-те години ХХ в. чрез формите на въздействие на Общинското предприятие „Културен отгъх и художествена украса“ в Русе (Ненов, Иванова 2014). Нептун присъства при конкурсите за „най-хармонично тяло“, които се провеждат на плаващия басейн „Лебеда“. По това време празниците на Нептун са част от дните на река Дунав, а практиката за включването на този персонаж в сценария на програмата се превръща в устойчив елемент, поради което днес събитието се приема за традиционно. В новото хилядолетие посрещането на Нептун се запазва в близки до Русе селища, които приемат тази десетилетна форма на забава и уължават живота ѝ<sup>29</sup>. През 2016 г. Нептун отново се завръща в Русе, като присъствието му се свързва с кръщение на 70 ученици деветокласници от Корабния техникум<sup>30</sup>. Учениците с моряшки униформи минават на парад по главните улици на града, а след кръщението си плават с кораб по Дунав.

**Празникът на Стълпище при с. Мечка** и посрещането на Нептун е част от официалния празник на община Иваново, наречен „От Поломието по Дунав заедно“, наследен от социализма и пренесен в днешно време<sup>31</sup>. И в наши дни този празник, който трудно може да се определи като фестивал, събира представители на селата от община Иваново, привлича кметове, депутати и министри<sup>32</sup>. Както споделя един от „вечните“ в предишни дни зам.-кметове в Иваново Димитър Дончев: „*Като дойдат началниците от София и ги заведем на Стълпище – ядене, пиене, то е ясно. Но ако не им сложа по*

<sup>29</sup> Това се случва с посредничеството на организатори, които след активна работа в града, реализират придобитите си умения за създаване на спектакли (сцена, озвучаване, осветление, певци, танцьори, водещ) сред по-малки общини в региона.

<sup>30</sup> В-к „Утро“, Русе, <https://utroruse.com/article/716453/> (27.01.2022). В спомените на респонденти Нептун присъства и в други забавления в последното десетилетие, макар и инцидентно – на фирмено парти.

<sup>31</sup> „Обявен официално през осемдесетте години на миналия век... празникът е символично продължение на традиционните в миналото събори и панаири, провеждани на това място в края на месец август. Тук са се срещали, празнували и веселили жителите на Пиргово, Мечка, Тръстеник и други села от днешната Ивановска община, както и тези на румънското село ПарAPAN“, официален сайт на Община Иваново, <https://www.ivanovo.bg/bg/1580289106.html> (21.01.2022).

<sup>32</sup> „Министър уважи празника на Иваново“, <https://www.ruse24.bg/novini/regionalni/Ministur-uvazhi-praznika-na-ivanovo-376012> (21.01.2022).

sacralising view on history’. The main actors in it – the re-enactment groups – are at the same time ‘history producers and consumers’; all participants are offered to experience ‘a jump from one world to another without leaving their own world’ (Дичев 2021: 332–336).

### The event as a possibility to build relations between communities, places and heritage in the region Revitalisation of events from the socialist period: Welcoming Neptune.

The event of welcoming Neptune, the god of the sea, on the shore of the Danube is a local manifestation of an organised controlled entertainment event for the working people. That is something known from the mid 1960s, as it was one of the influencing methods of the Cultural Recreation and Artistic Decoration Municipal Enterprise in Rousse (Ненов, Иванова 2014). Neptune was also present at the “best built body” competitions that were organized on the Lebeda floating swimming pool. At that time, the Neptune events were part of the Danube Days; the practice of including that character in the program scenario became a sustainable element; therefore, today the event is regarded as traditional. In the new millennium, the welcoming of Neptune is preserved in villages near Rousse; they embraced that decades-long entertainment and helped it live longer<sup>29</sup>. In 2016, Neptune came back to Rousse. His return was related to the baptism of 70 grade nine students of the River Shipbuilding and Sailing High School<sup>30</sup>. The students in seafarers’ uniforms paraded in the main city streets; after the baptism ceremony, they sailed on the Danube.

**The event at Stalpishte by Mechka village** and the welcoming of Neptune is an element of the official community festival of Ivanovo Municipality called ‘From the Lom River Valley to the Danube Together’; it has been inherited from the socialist period and transferred to today<sup>31</sup>. The event can hardly be defined as a

<sup>29</sup> That happened with the assistance of organisers who, having worked actively in the city, used the skills they had acquired to create productions (stage, sound, lights, singers, dancers, MC) in smaller municipalities in the region.

<sup>30</sup> The Utro newspaper, Rousse, <https://utroruse.com/article/716453/> (27.01.2022). In respondents’ memories, Neptune was present at other events in the recent decade, although just once, at a business company party.

<sup>31</sup> ‘Officially announced for the first time in the nineteen eighties,... the event is a symbolical extension of the traditional gatherings and

един сом десет кила в багажника на „волга“-та, не се нагявай, че нещо, дет си го поискал, ще стане. А така беше сигурно!“

„Стълпище“ е стара рибарска логкостоянка и бивше селище на руснаци старообредци, които също са рибари. В близост са и рибарниците на с. Мечка, днес орнитологично важно място, а в близкото минало – национален първенец по добив на риба. „Таз мечка всичките ни изяде“, казваха от другите рибарници в Южна България“, споделя Георги Русанов (р. 1933 г., бригадир в рибарниците на с. Мечка, а днес рибар), за да подчертае важното място на местните рибовъди в икономиката на страната. Посрещането на Нептун в този контекст е атракция, представление за гости, но независимо от това представлението показва забележителна жизненост.

**Посрещането на Нептун в Ряхово.** Село Ряхово се намира на брега на река Дунав, на около 30 км по течението след Русе. То е част от селата, в които живеят русенци, които всекидневно пътуват до града. Посрещането на Нептун се организира от местното читалище „Познай себе си“ от 70-те години на ХХ в. като най-важния местен празник с развлекателен характер, който в началото е бил обвързан с празниците на река Дунав (29 юни). Впоследствие заради празниците на община Сливо поле, където попада и селото, посрещането на Нептун се прави в средата на август месец. Към момента единствено през 2020 г. заради епидемичната обстановка събитието е отменено. В празничната програма се включват местни фолклорни изпълнители от читалището, а след тях – „балет“ и професионални певци. С падането на нощта по Дунав с лодка пристига и Нептун с пирати. Речният бог кръщава присъстващите деца, като всеки присъстващ получава диплом с ново име – название на риба. „И ако се падне някоя по-непозната риба – скобар, платика, морунаж... голям смях пада, защото не са ги чували и кой знае какво си представят“ (Антоанета Атанасова, р. 1960, Ряхово).

През 2021 г. посрещането на Нептун е съчетано с провеждането на републиканския шампионат по водомоторни спортове в Ряхово. Преди това събитието също е сменяло датата си на провеждане, като е било част от атракциите при посрещането на лодките от регатата ТИД<sup>33</sup>. „Преди го

‘festival’; anyhow, even today it collects representatives of the villages in Ivanovo municipality and attracts mayors, Members of Parliament and ministers<sup>32</sup>. As Dimitar Donchev - one of the “never-changing” deputy mayors of Ivanovo in earlier times – shared, ‘Whenever the bosses from Sofia come and I take them to Stalpishte, there is eating and drinking there, of course. But if I don’t put a 10 kg catfish in the boot of the Volga, you can’t have hopes that you will get what you have asked for. If I did, I could be sure!’

Stalpishte is an old boat dock and a former village of Russian Old Believers, who are also fishermen. The fisheries of Mechka villages are nearby; they are an important bird area now, and a national champion in fish production in the near past. ‘That Mechka ate us all’, the other fisheries in South Bulgaria used to say’, Georgi Rusanov (born 1933, supervisor of the Mechka fisheries, a fisherman today) says in order to underline the important position of the local fish breeders in the national economy. Welcome Neptune in that context is an attraction, a performance for visitors; even so, the show has manifested remarkable vitality.

**Welcome Neptune in Ryahovo.** Ryahovo village is on the Danube River, around 30 km downstream from Rousse. It is one of the villages inhabited by people from Rouse who travel to the city every day. The Welcome Neptune event has been organised by the Poznay Sebe Si community cultural centre since the 1970s as the most important local entertaining event that was originally associated with the Danube Day event (29 June). Later, because of the events in Slivo Pole municipality in which that village is, the Welcome Neptune was moved to the middle of August. This far, the event was cancelled just once, in 2020, because of the pandemic situation. The celebration program includes local folklore performers from the community cultural centre, then a “ballet” and professional singers performing after them. When the

---

*fairs in the past, that used to happen at the same place in late August. They were an occasion for meetings, revelry and joy for the inhabitants of Pirgovo, Mechka, Trastenik and other villages that are today part of Ivanovo municipality and also for the people from the Romanian village of Parapan’; the official website of Ivanovo municipality , <https://www.ivanovo.bg/bg/1580289106.html> (21.01.2022).*

<sup>32</sup> ‘A minister honoured the event of Ivanovo’, <https://www.ruse24.bg/novini/regionalni/Ministur-uvazhi-praznika-na-Ivanovo-376012> (21.01.2022).

<sup>33</sup> *Международната туристическа регата по Дунав ТИД – Tour International Danubien e гребен поход по реката, който се*

*правехме на Пристанището, а сега на Плажа... за Нептуна търсим спонсори винаги, защото цена, озвучаване – всичко е скъпо. Сега пред Мирга<sup>34</sup> имаме проект с Нептуна – проекта е за три години и за да се случи, си помагаме междучиталищата – те идват при нас, ние ходим при тях. Но днес младите само гледат, селото е пълно с деца, но никой не иска да се включва – само къщи са купили, а живеят ли тук...“ (Антоанета Атанасова, р. 1960, Ряхово).*

Посрещането на Нептун в селата край Русе представлява усвояване на урбанизиращи елементи в сферата на забавлението в свободното време. Дълговременното им съществуване ги превръща в специфика, разпознаваема за местните хора форма на празничност, която ги прави съпричастни с река Дунав и ги показва различни от всички останали. Произходът на тази празничност от времето на социализма не създава колебания за реализацията ѝ, тъй като се приема, че тя има сполучлива употреба. „Аз съм водил долу на кея в Русе посрещането на Нептун, както и на Стълпище една година, а последния път бях и самия Нептун в Ряхово. Там сценария ми се видя много остарял и реших да римувам имената – названия на риби, та да се разчупи малко, да стане по-забавно“ (Илия Деведжиев, р. 1963 г., актьор).

В Ряхово посрещането на Нептун е устойчива част от връзката с реката, както при състезанията по водомоторни спортове, които във времето назад основно се провеждаха в Русе – на езерото на Лесопарк „Липник“, но поради наличието на практикуващи тези състезания със скутери в селото, Ряхово се оказва мястото, което пази „старата слава“. Това наследяване на практики, свързани със свободното време (състезания, забави), преодолява носталгията по социализма, но употребява неговите готови схеми на забавление в свободното време, тъй като чрез тях – чрез формите на празничност, се постига приемственост и автентичност на изживяването, в което активно участие има персонажът Нептун от Дунава.

Вероятно в етнологическата сфера на работа очакванията са селските общности да репродуцират символно обвързани фолклорни по произход елементи на културата, които те успешно предават между поколенията. Но случаят с Нептун показва съществуването в симбиоза на локалните

night falls on the Danube, a boat brings Neptune and pirates. The river god baptises the children there; everyone receives a certificate with his or her new name, which is the name of a fish. ‘And if it happens to be some unfamiliar fish, such as common nase, bream, or vimba... then it’s big fun because people have not heard of them and nobody knows what the fish looks like’ (Antoaneta Atanasova, born 1960, Ryahovo).

In 2021, the welcoming of Neptune was combined with a championship in water motorsports in Ryahovo. That was not the first change of the event date, as it was also part of the attractions when welcoming the boats participating in the TID rowing tour<sup>33</sup>. ‘We used to make it at the port; now it is on the beach... We always try to find sponsors for the Neptune, because the stage, the sound, everything is expensive. Now, before the LIFG<sup>34</sup>, we have the Neptune project; it is a three-year project and to make it happen, we have cooperation between the community cultural centres: they come here, we go there. But the young people today are just watching; there are many children in the village, but nobody wants to participate; they have bought houses here, but do they really live here...’ (Antoaneta Atanasova, born 1960, Ryahovo).

The welcoming of Neptune in the villages around Rousse is a process of adopting urbanising elements in the domain of entertainment and leisure. Their long-lasting existence has developed them into a specificity, a festivity form recognisable for the local people as it makes them engaged with the Danube River and shows that they differ from all others. The origin of that festivity from the socialist period does not create any hesitation concerning its performance because its use is regarded as success. ‘I have hosted the welcoming of Neptune down on the riverside lane in Rousse, and in Stalpishte once; last time I was Neptune himself in Ryahovo. I found the scenario there somewhat obsolete, so I decided to rhyme the fish names to make more fun’ (Iliya Devedzhiev, born 1963, actor).

The welcoming of Neptune in Ryahovo is a sustainable element of the connection to the river, just like the

провежда от 1956 г.

<sup>34</sup> Местна инициативна рибарска група (МИРГ) „Главиница – Тутракан – Сливо поле“, <http://www.gts-flag.org/> (21.01.2022).

<sup>33</sup> International rowing tour on the Danube (TID) – Tour International Danubien – is an event on the river happening since 1956.

<sup>34</sup> Local Initiative Fishing Group (LIFG) Glavinitsa-Tutrakan-Slivo Pole, <http://www.gts-flag.org/> (21.01.2022).

общности с местния градски културен център. Както и на непрекъснатия обмен на послания, в които селата не са застинали в своята локалност, а напротив – живеят с едни или други градски модели на празничност, които ги оразличават и ги правят уникални. В този контекст отново ще припомним нуждата от съобразяване със спецификата на местния локус и универсум, в който градовете и селата от един регион изграждат сложни връзки, които ги правят зависими едни от други (Живкова, Живков 2001).

„**Tabachka trail Run (First Blood)**“ е събитие на общността Runners of Ruse (безачите на Русе), която представя на своята фейсбук страница информация за организирани групови бягания или любителски състезания в региона на Русе. „Табачка Трейл Рън (Първа кръв)“ е аматьорско състезание по бягане, което се проведе край с. Табачка, област Русе, на 05.12.2021 г. *„Идеята за състезанието се роди преди почти четири години, като се радваме, че имаме възможност да подготвим трасета за вас в една от най-красивите и панорамни части на русенско полоние“*<sup>35</sup>. Състезанието има три дистанции, а названието „Първа кръв“ обединява асоциативно техните названия – Рамбо – 6 км, Табачка Екстрийм – 10 км, Роки – 23 км, които явно кореспондират с филма на Тед Кочев от 1982 г. „Рамбо: Първа кръв“ (в оригинал First Blood), както и с други роли (Роки) на главния актьор във филма. Освен парични награди за призовата тройка, на всички останали се връчва и отличие за завършил бягането – медал с лента, във формата на пачка от пет патрона, изрязани по контура. Това е и последното дарение за 2021 г. за музея в Русе, направено от един от участниците в събитието.

Организаторите на състезанието по бягане са създали трасета, които минават покрай местни забележителности като Скалната църква до Големия мост, Кръста, Водна пещера – скално светилище с лековит извор, Тъмна пещера – скален скит на монах от Средновековието. Част от трасето е с поглед към Бей чуфлик и Розач дол (в посока Червен, средновековен град), към Лиляч и камъните Райчови/ Райкови порти, за които се вярва, че като се покажел, Райко (слънцето) минава първо оттам – влизал през портите и тръгвал по света. Най-дъл-

case with the water motorsports that used to be mainly in Rousse, on the lake in Lesopark Lipnik; however, because of the people practicing scooter boat competitions in the village, Ryahovo turned out to be the place where “the old glory” was alive. Those inherited practices of leisure activities (competitions, parties) overcome the nostalgia for the socialist period, yet they make use of its available schemes of leisure entertainment because through them – through the festivity forms – the experience in which the character of Neptune from the Danube plays an active role achieves continuity and authenticity.

The expectations in the ethnological aspect are that the rural communities will reproduce symbolically linked cultural elements of folklore origin for which they achieve a successful passage between generations. The case with Neptune, however, reveals the symbiosis in the existence of local communities and the local urban cultural centre. It also indicates that there is a continuous sharing of messages in which the villages are not frozen in their local nature; just the opposite, they live with different urban festivity patterns that make them distinguishable and unique. In this context, we will remind again that it is necessary to take into consideration the locus specificity and the universum in which the towns and villages in a region build sophisticated relations making them dependable on one another (Живкова, Живков 2001).

**Tabachka Trail Run (First Blood)** is an event organised by a community named Runners of Ruse; on their Facebook page, they present information about organized group runs and amateur competitions in Rousse region. Tabachka Trail Run (First Blood) is an amateur running competition that was performed by Tabachka village in Rousse region on 5 Dec. 2021. ‘The idea about the competition was born nearly four years ago. We are happy we were able to prepare race courses for you in one of the most beautiful panorama areas of the Roussenski Lom River Valley’<sup>35</sup>. The competition offered three distances; the name ‘First Blood’ unites by association the name of each distance: Rambo – 6 km; Tabachka Extreme – 10 km, and Rocky – 23 km, that obviously correspond to Ted Kotcheff’s 1982 film *Rambo: First Blood* and to other roles (Rocky) the lead-

<sup>35</sup> Цитат от „събитие“ във фейсбук страницата на групата Runners of Ruse.

<sup>35</sup> Quotation from an Event on the Runners of Ruse’s FB page.

гата дистанция – полумаратон от 23 км, стига до Урум пунар – християнското кладенче, в близост са надгробни камъни, отбелязани още от К. Шкорпил и пещерата Орлова чука. Указаните места на наследство са описани, проучени и публикувани от давна (Ненов 2004, Торбатов 2007).

Участници от различни държави – около 300 души, препълнили селото в началото на декември 2021 г., в желание за участие в необикновеното събитие. Според безачителната организацията е била отлична – както по трасетата, подсигурени с въжета, флагчета, така и с джипиес, който проследява всеки участник, тъй като възможността да падне в пропаст или да се загуби в пущина е реалност. Въпреки това планинският пейзаж в равнината, както и културните ценности в близост, правят Табачка привлекателно място за подобни изяви. Събитието – полумаратонско бягане по баири и чукари, където акцентът се поставя върху места от културния пейзаж, е на русенско сдружение, местните жители нямат пряко участие, но изборът на трасето прокарва маршрутите покрай скални църкви и други важни места с красиви пейзажи, пещери, местности, обвързани с легендарни персонажи. Причината за това намираме в организаторите, сред които са пещерници и други местни активисти, имащи пресечни точки с музейни инициативи. Употребата на културния пейзаж в този пример не е целева, тъй като по същество събитието е спортно и състезателно, но богатата среда на човешко присъствие в природен контекст дава на събитието уникалност, а на участниците преживяване.

### В заключение

Като важен елемент от структурата на културните събития, свързани с новата празничност, живите наследства получават възможност за нови реализации в нов контекст. Този контекст се отличава със синкретизъм на различните елементи, които го изграждат, като акцентът е върху изживяването на „уникалното“, неповторимото. Събитието е стимул за творчески и иновативни инициативи, възможност за свързване на локални социални структури с глобални тенденции, среда за създаване или укрепване на структури за сътрудничество (мрежи) сред многостранни партньори, които да са от взаимна полза чрез обмен на идеи, практики и стоки (Hjalager, Kwiatkowski 2017). Новите празници предоставят нови възможнос-

ing actor in the film has played. Apart from the money prize for the three winners, everyone else received an award for having finished the run: a medal on a ribbon shaped like a pack of five bullets routed on the contour. That was also the last donation to the museum in 2021; it was made by one of the participants.

The race courses the organisers created passed by local sites such as the Rock Church by the Big Bridge, Krasta, the Vodna cave (a rock sanctuary with a healing water spring), the Tamna cave (a rock cell of a medieval monk). Part of the course gives a view to Bey Chiflik and Rogach Dol (when going towards Cherven, a medieval town), to Lilyach and the Raychovi/Raykovi Porti stones about which there is a belief that when Rayko (the Sun) rises, he goes there first, enters through the gates and starts going around the world. The longest distance – the 23 km half marathon – reaches Urum Punar, the Christian well (there are tombstones nearby that were mapped by K. Skorpil), and the Orlova Chuka cave. The mentioned heritage sites were described, explored and published a long time ago (Ненов 2004, Торбатов 2007).

The village was packed with participants from different countries, around 300 people, in early December 2021, all of them eager to take part in that unusual event. The runners commented that the organisation was excellent: the courses were protected with ropes and equipped with flags; there was a GPS tracing each participant because it was possible that someone fell in an abyss or got lost in the wilderness. Nevertheless, the mountainous landscape in the valley and the cultural sites around make Tabachka an attractive venue for such events. The event – a half marathon on hills and sharp rocks – was initiated by an association from Rouse. The focus was on sites of the cultural landscapes. Indeed, the local people were not directly involved yet the course was deliberately chosen to pass by rock churches and other important sites with picturesque landscapes, caves and areas associated with legendary characters. The reason for that choice can be found in the organisers, as some of them were speleologists and other local activists who had crossing points with certain museum initiatives. The cultural landscape use in this example was not a target because the nature of the event was sporting and competitive. Certainly, the rich environ-

ти за съхранение на оценностени знания и опит, както и за предаването им във времето, където обучението и обменът на идеи също са условия за устойчивостта и развитието на празничните събития през годините.

Конструирането на локалното в нови контексти чрез възможностите на живите наследства и събитията, в които те получават форми на представяне, цели икономическа активност и развитие на мястото. Културните събития притежават туристически ресурс и допринасят за привлекателността на селските дестинации чрез добавяне на стойност и анимация към местни забележителности. Те предоставят възможност чрез живите наследства да се промотира територията в синкретична връзка с начина на живот, с уменията и знанията на хората, която я обитават, като се обвържат с природата, чистия въздух, здравословната храна, отдалечаването от стреса на всекидневие. Със своята отвореност и свобода за включване в различни дейности празникът е среда за създаване на положителни емоции и спомени, които сами по себе си представляват продукт с добавена стойност. На посетителите се предлага продукт с „преживявания“, който съдържа важни характеристики от икономиката на преживяванията: тематична форма на преживяването, индивидуализация на предлаганите услуги, въвличане в креативни дейности и изрови ситуации, внасяне на забавни елементи, спонтанност, образователни моменти, които въвличат сетивата и емоциите, дават възможност на посетителя да се потопи в духа на мястото, а на местните жители – да му го „продадат“ по най-добрия начин (Pine, Gilmore 1999).

Празничните прояви са устойчиви във времето, когато успяват да увлекат местните общности и да разширят партньорската мрежа. Както и в други случаи на дейности, свързани с презентиране, опазване и популяризиране на наследства, така и новите празници в по-голямата си част са резултат от проектни активности на местни и външни актьори. Тяхното създаване и реализация стават познаваеми чрез теренните изследвания, които показват, че културното събитие (празник, фестивал, събор) се превръща в инструмент за ценностно остойностяване на местни културни ресурси, използван активно от общностите, които ги разпознават като важни.

Преосмислянето на културните ресурси за изграждане на местни наследства е особено видим

ment of human presence in the context of nature let the participants experience a unique event.

### In conclusion

Being an essential element of the structure of cultural events associated with the new festivity, living heritage can have new functions in a new context. This context is characterised by syncretism of the components building it, and the focus is on experiencing the “unique”, the inimitable. Events present stimuli for creative and innovative initiatives; they enable the link between local social structures and global trends by creating or strengthening collaboration structures (networks) of various partners that can be of mutual use via sharing ideas, practices and products (Hjalager, Kwiatkowski 2017). The new events offer new possibilities to preserve valorized knowledge and experience and to transmit them to the time when training and shared ideas are also necessary for festivity events sustainability and development in the future.

Constructing the local in new contexts by employing the capabilities of living heritage and the events in which it gets presentation forms is meant to promote business activities and local development. Cultural events possess a tourism resource and improve the attractiveness rural destinations have through adding value and animation to local sites. By using living heritage, they enable territory promotion in a syncretic connection to the lifestyle, the skills and the knowledge of the people inhabiting it, the environment, the fresh air, the healthy food and the possibility to break away from stressful daily routine. The open nature of events and the freedom to participate in different activities build an environment creating positive emotions and memories, which are in themselves products of added value. Visitors are offered a product with “experiences” possessing essential features of the experience economy: thematic experience forms, personalised services, involvement in creative activities and game situations, using elements of fun, spontaneity, educational moments engaging the senses and the emotions enabling the visitor to feel the spirit of the place, and enabling the local people to “sell” it in the best possible way (Pine, Gilmore 1999).

Festive events become sustainable in the run of time when they manage to engage the local communities and enlarge the network of partners. Like other cases of her-

днес процес, който достига и до малките общности у нас, в отговор на предизвикателствата на глобализма и неолокалистките им отговори. В този процес разпознаването на културната ценност се определя не от критерии за автентичност или старинност, както и за оценностяване на някогашния обреден свят, който заради връзката със сакралното има своите безспорни претенции да бъде приеман за особено важен. В настоящия текст даваме поредица от примери, които разкриват разнообразие от ценности, чийто произход е резултат от урбанистични културни взаимодействия. Пред нас застават свидетелства, които разкриват основанията за избора при провеждане на едно или друго събитие от новата празничност, открити в полето на всекидневния начин на живот. Част от събитията са наследени от близкото минало, други са разпознати за важни в широкия контекст на идентичности, определяни като „дунавски“, „европейски“, които се оказват работещи инструменти както за валоризация на местни културни пейзажи (каньон, дунавския бряг), така и за намиране на съмишленици (заинтересовани лица) или финансова подкрепа (проектно финансиране). Макар и твърде обикновено на пръв поглед, точно това разбиране за представяне на всекидневен начин на живот (животът на село в един пазарен ден) пред публика, изгражда основните културни параметри на разглежданите изяви и ги превръща в ценност. Земеделски традиции в производството и преработката на определени продукти, специфики на местната кухня, свързана с приготвяне на ежедневна и обредна храна, наследени технологии за производство на напитки предлагат други възможности за оценностяване на местни ресурси (знания, умения, опит) и участват в конструирането на селския агрокултурен пейзаж. Местната история, която включва събития и личности, особено от времето на Националното възраждане, е също ресурс за оценностяване, който намира израз не само в мемориализация. Събитията (събор в селището, спортни прояви), които въвеждат в това наследство, разширяват социалния му обхват и кръгзор и спомагат за неговото утвърждаване и съхраняване.

Преосмислянето на възможностите за изява на себе си пред другите е сложен процес на търсене на собствен опит в миналото, на разпознаване на елементи, които да се представят като ценности, за да се получи удовлетворение на локалния колектив

itage presentation, preservation and promotion activities, the new events are most often the fruit of project activities of local and external actors. Their creation and realization become recognisable through field research revealing that the cultural event (feast, festival, or fair) grows into a tool to estimate the value of local cultural resources; the tool is actively used by the communities that appreciate their significance.

The cultural resource re-appreciation associated with building local heritage today is a clearly perceptible process reaching even small communities in the country as a reaction to globalist challenges and their neo-localist responses. A cultural asset identification in this process is determined neither by authenticity or antiquity criteria nor by criteria of valorizing the once-upon-a-time world of rites which, because of its connection to the sacred, has its unquestionable reasons to be regarded as especially important. In this text, we give various examples illustrating the variety of assets originating from urban cultural relations. We see evidences explaining the reasons – visible in the field of daily routine – behind the choice of carrying out a festivity event of the new type. Some of the events are a legacy from the recent past; others have been recognised as important in the broad context of identities defined as Danubian or European; the latter are certainly working tools equally useful for local cultural landscape (canyon, Danube shore) valorization and for finding partners (stakeholders) or financial support (project funding). Although seemingly too common, it is exactly the concept of presenting daily life (village life on a market day) before the audience that shapes the key cultural parameters of the discussed events and transforms them into an asset. The land farming traditions in making and processing certain products, local cuisine specificities of cooking daily or ritual food, and inherited technologies of making alcoholic beverages offer other options to valorize local resources (knowledge, skills, experience) and are involved in constructing the rural agricultural landscape. The local history including events and people, especially from the National Revival period, is also a valorizable resource that finds its expression not only in memorialisation. The events (local fairs, sporting events) ensuring the inheritance enlarge the social scope of heritage and support its strengthening and preservation.

чрез публичната репрезентация. В този процес културните ресурси за един регион дори могат да бъдат доста сходни, но реализацията на събитията превръща едни от тях в успешни не заради мениджърски талант, а поради сполучливото единство на уникалния културен продукт, получил се в резултат от съчетаване на местен опит, културни взаимодействия и форми на наследство. Тяхното обединяване в репрезентация дава възможност за представяне на културен продукт, който съдържа характер, дух или пейзаж, убедително разпознаваем за свои и чужди поради своята конкретна локалност. Чрез него местната общност разширява своя обхват и се превръща в общност с наследство (по смисъла на Конвенцията от Фаро). Това рефлектира върху измеренията на местните наследства, които не само се остойностяват, съхраняват и представят, но и имат възможност да се превърнат в реален културен продукт, предпоставящ икономически ползи за общността и повишаване качеството на живот.

**Доц. д-р Валентина Ганева-Райчева**  
Институт за етнология и фолклористика  
с Етнографски музей –  
Българска академия на науките  
ул. „Акад. Георги Бончев“, бл. 6  
1113 София, България  
valrai@abv.bg

**Проф. д-р Николай Ненов**  
Регионален исторически музей – Русе  
пл. „Ал. Батенберг“ 3  
7000 Русе, България  
nenoff@abv.bg

## Литература / References

**Алексиева, Анна 2021.** Да преживеем Възраждането: исторически възстановки на националния метаразказ. – *Българска етнология*, 47(3), 360–377.

**Ахмед, Хюлия 2020.** „Зелени“ рок фестивали в пресечните точки на политическите измерения и забавлението. – *Известия на Регионален ис-*

Reassessment of the possibilities to express yourself before others is a complicated process of searching for your own experience in the past and identifying elements that are presented as assets in order to satisfy the local group via the public representation. In this process, the cultural resources available in a region can be rather similar, yet the realization of events makes some of them a success not because of some managerial talent; the key is the right homogeneity of the unique cultural product stemming from the mix of local experience, cultural relations and heritage forms. When united in a representation, it is possible to present a cultural product possessing a character, a spirit or a landscape convincingly recognisable for local people and strangers because of its specific local nature. It helps the local community to widen its range and become a community with heritage (under the Faro Convention). This has an effect on the local heritage dimensions: they are not only valorized, preserved and presented, but they can also become a real cultural product that may yield economic benefits and a better quality of life for the community.

**Assoc. Prof. Valentina Ganeva-Raycheva, PhD**  
Institute of Ethnology and Folklore Studies  
with Ethnographic Museum –  
Bulgarian Academy of Sciences  
Acad. Georgi Bonchev Str., bl. 6  
1113 Sofia, BULGARIA  
valrai@abv.bg

**Prof. Nikolay Nenov, PhD**  
Rousse Regional Museum of History  
3 Al. Battenberg sq.  
7000 Ruse, BULGARIA  
nenoff@abv.bg

*торически музей – Русе.* Кн. 12. *Стари места, нови празници.* Съст. Ненов, Николай, Искрен Великов. Русе: РИМ – Русе, 134–138.

**Барова, Вихра 2018.** Сирена и трюфели – храната като наследство. – *Българска етнология*, 44(4), 438–451.

**Бокова, Ирена 2016.** Музей и културен пей-

заж. – *Български фолклор*, 42(3), 248–265.

**Бокова, И. 2020.** Долен Дунав – културен пей-заж и музейни разкази (по примера на Регионален исторически музей – Русе и Общински исторически музей – Тутракан). – *Известия на Регионален исторически музей – Русе*. Кн. 12. *Стари места, нови празници*. Съст. Ненов, Николай, Искрен Великов. Русе: РИМ – Русе, 57–71.

**Бокова, Ирена 2021.** Нематериално културно наследство и живо наследство – теоретични аспекти и скрити послания. – В: Сантова, Мила, Валентина Ганева-Райчева, Ива Станоева, Миглена Иванова, Милена Любенова, Стела Ненова, Мирена Станева, Даниел Фокас (съст. и ред.). *Нематериално културно наследство. Актуални проблеми. Сборник с материали от от международна научна конференция „Актуални проблеми в изучаването на нематериалното културно наследство и прилагането на Конвенция 2003. Приносът на учениците от БАН, посветена на 150-годишнината на Българската академия на науките. София, 17–28 октомври 2021 г.“*. София: Изд. на БАН „Проф. Марин Дринов“, 216–224.

**Ботушаров, Любен 2015.** И за какво ни е Съборът в Копривщица? – *Български фолклор*, 41(2), 145–174.

**Великов, Искрен 2020.** *Музейни репрезентации на Националното възраждане. Образи на наследството*. София: ИИК „РОД“.

**Великов, Искрен 2021.** Образи на наследството и мотиви в музейните репрезентации: музеи на Възраждането. – В: Ганева-Райчева, Валентина, Ирена Бокова, Николай Ненов (съст.) 2021. *Местни общности, културни наследства и музеи. Сборник с материали от научна конференция с международно участие „Местни общности, културни наследства и музеи“*, София, 25–26.02.2021 г. София: ИЕФЕМ – БАН, 285–297. / **Velikov, Iskren.** Images of Heritage and Motifs in the Museum Representations in the Regions of Sliven and Rousse: Museums of the National Revival Period. – In: Ganeva-Raicheva, Valentina, Irena Bokova, Nikolay Nenoff (eds.) 2021. *Local Communities, Cultural Heritage and Museums. Collection of Papers from the International Research Conference ‘Local Communities, Cultural Heritage and Museums’ – Sofia, 25–26.02.2021,*

534–545. Sofia: IEFSEM – BAS.

**Гаврилова, Райна 2018.** Храна и публичност: срещи с празника. – *Българска етнология*, 44(4), 488–506.

**Гаврилова, Райна 2020.** Новата автентичност или тъжгеството със самия себе си. – *Семинар\_BG*, № 19, <https://www.seminar-bg.eu/spisanie-seminar-bg/broy19/item/584-novata-avtentichnost-ili-tazhdestvoto-na-samiya-sebe-si.html>.

**Ганева-Райчева, Валентина 2020.** Новите земеделски празници – валоризация на бикултурни ресурси и трансформация на капитали. – *Известия на Регионален исторически музей – Русе*. Кн. 12. *Стари места, нови празници*. Съст. Ненов, Николай, Искрен Великов. Русе: РИМ – Русе, 178–191.

**Ганева-Райчева, Валентина 2021.** Бикултурно наследство – аспекти на валоризацията му в България. – В: Ганева-Райчева, Валентина, Ирена Бокова, Николай Ненов (съст.). *Местни общности, културни наследства и музеи. Сборник с материали от научна конференция с международно участие „Местни общности, културни наследства и музеи“*, София, 25–26.02.2021 г. София: ИЕФЕМ – БАН, 234–252. / **Ganeva-Raycheva, Valentina.** Bio-cultural Heritage: Valorization Aspects in Bulgaria. – In: Ganeva-Raycheva, Valentina, Irena Bokova, Nikolay Nenov (eds.). *Local Communities, Cultural Heritage and Museums. Collection of Papers from the International Research Conference ‘Local Communities, Cultural Heritage and Museums’ – Sofia, 25–26.02.2021*. Sofia: IEFSEM – BAS, 487–502. Достъпно на: <http://iefem.bas.bg/mestni-obshtnosti-kulturni-nasledstva.html>.

**Демирев, Владимир 2015.** Празник ли е фолклорният събор (Размисли на фолклориста). – *Български фолклор*, 41(2), 258–268.

**Демирев, Владимир 2019.** Топосът „Монастиря“ – изгубен в миналото или с шанс в настоящето (По материали от Сливенско). – *Български фолклор*, 45(3), 273–293.

**Демирев, Владимир 2021.** Проекции на местното знание и валоризация на наследства. – В: Ганева-Райчева, Валентина, Ирена Бокова, Николай Ненов (съст.). *Местни общности, културни наследства и музеи. Сборник с материали от научна конференция с международно участие „Местни*

общности, културни наследства и музеи“, София, 25–26.02.2021 г. София: ИЕФЕМ – БАН, 168–180. Достъпно на: <http://iefem.bas.bg/mestni-obshtnosti-kulturni-nasledstva.html>.

**Дичев, Ива̀йло 2021.** Патриотът-консуматор. – *Българска етнология*, 47(3), 330–338.

**Живкова, Веска, Тогор Ив. Живков 2001.** Локус и универсум (Добродан, планината – митология и ...). София: Изд. Аля.

**Златкова, Меглена, Стойка Пенкова, Стоян Антонов, Тихомир Митев (съст.). 2019.** Трансформиращото (се) село. Пловдив: Студио 18.

**Йорова, Стефана 2020.** Конструирането на „най-автентична старовремска софра“ за конкурс (По материали от IV-ти фолклорен празник „Греяна ракия и зелева чорба от старовремската софра“, с. Бабово, Русенско, 2019). – *Известия на Регионален исторически музей – Русе*. Кн. 12. *Стари места, нови празници*. Съст. Ненов, Николай, Искрен Великов. Русе: РИМ – Русе, 119–133.

**Казаларска, Светла 2018.** Исторически възстановки на „героичното време“. – *Българска етнология*, 2018, 44(1), 38–53.

**Липовецки, Жил, Себастиен Шарл 2005.** *Хипермодерните времена*. София: Изток–Запад.

**Ненов, Николай 2001.** Русенци и река Дунав. Размитите черти на локалната идентичност. – В: *Научни трудове*. Т. 38, серия 1. *Европеистика*. Русе: Русенски университет „А. Кънчев“, 137–140.

**Ненов, Николай 2004.** *Табачка – теренни материали и проучвания*. София: ИИК „РОД“.

**Ненов, Николай 2016.** *Общуване с наследството. В търсене на музейни траектории*. София: ИИК „РОД“.

**Ненов, Николай 2019.** Живите наследства в репрезентациите на музея/ The Living Heritage in Museum Representations. – *Живи наследства/ Living Heritage*, vol 1–2, Регионален център за опазване на нематериалното културно наследство в Югоизточна Европа под егидата на ЮНЕСКО, София/ Regional Centre for the Safeguarding of Intangible Cultural Heritage in South-Eastern Europe under the Auspices of UNESCO, Sofia, № 1–2, 4–18.

**Ненов, Николай 2020.** „Разкази за дунавската цивилизация“. Рибарите като общност с наследство. – В: *Пренасянето на сакралност, Годишник на Асоциация „Онгъл*. Т. 19. София: ИИК „РОД“, 238–260.

**Ненов, Николай, Диляна Иванова 2014.** *Албумът на КОХУ*. 1967. София: ИИК „РОД“.

**Папучиев, Николай 2021.** *Фестивали. Мрежи. Идентичности. Маскарадните игри в Перник и регионалните им отражения*. София: УИ „Св. Климент Охридски“.

**Петров, Петър, Иванка Петрова (съст.) 2018.** *Агрокултурни трансформации в условията на европеизация и глобализация*. София: ИК „Гутенберг“.

**Петров, Петър, Валентина Ганева-Райчева (съст.). 2021.** *Растения и хора. Приближения към биокултурните връзки*. София: ИЕФЕМ – БАН, Ерове.

**Рашкова, Наталия 2022.** Фолклорното наследство като локална културна ценност – осъзнаване, представяне, преживяване. – В: Ганева-Райчева, Валентина, Ирена Бокова, Николай Ненов (съст.) 2022. *Културни ресурси, валоризиране на наследства и местно развитие*. София: ИЕФЕМ – БАН. / **Rashkova, Natalia.** *Folklore Heritage as a Local Cultural Asset – Awareness, Presentation, Experience* – In: Ganeva-Raycheva, Valentina, Irena Bokova, Nikolay Nenov (eds.). *Cultural Resources, Heritage Valorization and Local Development*. Sofia: IEFSEM – BAS, 43–73.

**Станчева, Аманаска 2021.** Селото като източник на ресурси за предприемачество. Въобразяване, експлоатиране и консумиране на „селското“. – В: Ганева-Райчева, Валентина, Ирена Бокова, Николай Ненов (съст.). *Местни общности, културни наследства и музеи. Сборник с материали от научна конференция с международно участие „Местни общности, културни наследства и музеи“*, София, 25–26.02.2021 г. София: ИЕФЕМ – БАН, 328–344. Достъпно на: <http://iefem.bas.bg/mestni-obshtnosti-kulturni-nasledstva.html>.

**Стоилова, Елица 2020.** Кулинарните фестивали: фестивализация, неолокализъм и гастролокализъм. – *Семинар\_BG*, № 19, <https://>

www.seminar-bg.eu/spisanie-seminar-bg/broy19/item/585-kulinarnite-festivali.html.

**Стоилова, Елица 2021.** *Празниците и фестивалите на храните: валоризация на локалното кулинарно наследство.* Пловдив: Университетско издателство „Паусий Хилендарски“.

**Страхилов, Иво 2021.** Трако-римски сюжети от съвременна България: (пре)договаряне на античното наследство в историческите възстановки. – *Българска етнология*, 47(3), 339–359.

**Тончева, Веселка 2020.** Песните за родното село – между традицията и съвременността, авторското и народното, локалното и глобалното. – *Известия на Регионален исторически музей – Русе*. Кн. 12. *Стари места, нови празници*. Съст. Ненов, Николай, Искрен Великов. Русе: РИМ – Русе, 194–205.

**Торбатов, Сергей (съст.) 2007.** Скалният комплекс Водна-Тъмно край Табачка. Археологическо проучване. – *Известия на Регионален исторически музей – Русе*. Кн. 11. Русе: РИМ – Русе, 7–129.

**Трифонова-Костадинова, Силвия 2020.** Фестивалите на ледените фигури и на пясъчните фигури в Русе – местни културни политики за развитието на туризма. – *Известия на Регионален исторически музей – Русе*. Кн. 12. *Стари места, нови празници*. Съст. Ненов, Николай, Искрен Великов. Русе: РИМ – Русе, 72–85.

**Трифонова-Костадинова, Силвия 2021.** Интерпретация на наследството – учебни помагала и музейни политики. – В: Ганева-Раичева, Валентина, Ирена Бокова, Николай Ненов (съст.). *Местни общности, културни наследства и музеи. Сборник с материали от научна конференция с международно участие „Местни общности, културни наследства и музеи“*, София, 25–26.02.2021 г. София: ИЕФЕМ – БАН, 63–97. / **Trifonova-Kostadinova, Silviya.** Interpreting Heritage – Teaching Books and Museum Policies. – In: Ganeva-Raycheva, Valentina, Irena Bokova, Nikolay Nenov (eds.). *Local Communities, Cultural Heritage and Museums. Collection of Papers from the International Research Conference ‘Local Communities, Cultural Heritage and Museums’* – Sofia, 25–26.02.2021. Sofia:

IEFSEM – BAS, 404–431. Достъпно на: <http://iefem.bas.bg/mestni-obshtnosti-kulturni-nasledstva.html>.

**Троева, Евгения 2017.** Реконструкции на тракийското наследство в етнологична перспектива. – В: *Тракийската древност: технологични и генетични изследвания, история и нематериално наследство*. София: Изд. на БАН „Проф. Марин Дринов“, 290–304.

**Фегърстоун, Маик 2017.** *Консумативна култура и Постмодернизъм*. София: НБУ.

**Agnoletti, Mauro 2014.** Rural Landscape, Nature Conservation and Culture: Some Notes on Research Trends and Management Approaches from a (Southern) European Perspective. – *Landscape and Urban Planning*, 126, 66–73.

**Agnoletti, Mauro, Francesca Emanuelli (eds.) 2016.** *Biocultural Diversity in Europe*. Florence: Springer.

**Agnoletti, Mauro, Ian Rotherham 2015.** Landscape and Biocultural Diversity. – *Biodiversity and Conservation*, 24(13), 3155–3165. – <https://doi.org/10.1007/s10531-015-1003-8>.

**Hjalager, Anne-Mette and Grzegorz Kwiatkowski 2017.** Entrepreneurial Implications, Prospects and Dilemmas in Rural Festivals. – *Journal of Rural Studies*, 30, 1–12. – <http://dx.doi.org/10.1016/j.jrurstud.2017.02.019> (20.01.2022).

**Kozinets Robert, Jay Handelman 2004.** Adversaries of Consumption: Consumer Movements, Activism and Ideology. – *Journal of Consumer Research*, 31, 691–704.

**Lindholm, Karl-Johan, Anneli Ekblom 2019.** Framework for Exploring and Managing Biocultural Heritage. – *Anthropocene*, 25, 2–9.

**Mather, Alexander, Gary Hill, Maria Nijnik 2006.** Post-productivism and Rural Land Use: Cul de sac or Challenge for Theorization? – *Journal of Rural Studies*, 22(4), 441–455.

**Newholm, Terry, Deirdre Shaw 2007.** Studying the Ethical Consumer: A Review of Research. – *Journal of Consumer Behaviour: an International Research Review*, 6(5), 253–270.

**Pine, Joseph B. and James H. Gilmore 1999.** *The Experience Economy*. Boston: Harvard business school Press.

**Rotherham, Ian 2015.** Bio-cultural Heritage and Biodiversity: Emerging Paradigms in Conservation and Planning. – *Biodiversity and Conservation*, 24 (13), 3405–3429.

**UNESCO SCBD 2014.** Florence declaration on the links between biological and cultural diversity. UNESCO, Florence, [http://www.landscapeunifi.it/images/pdf/UNESCO-CBD\\_JP\\_Florence\\_Declaration.pdf](http://www.landscapeunifi.it/images/pdf/UNESCO-CBD_JP_Florence_Declaration.pdf).

**Young, William, Kumju Hwang, Seonaidh McDonald, Caroline Oates 2010.** Sustainable Consumption: Green Consumer Behaviour when Purchasing Products. – *Sustainable Development*, 18(1), 20–31.

© Издание на Института за етнология и фолклористика с Етнографски музей при Българската академия на науките, 2022.

© Всички права са запазени.

Това издание или отделни негови части не могат да бъдат размножавани, публикувани и/или предавани по електронен, механичен или фотокопиран или друг начин, както и въвеждани в информационни системи, включително компютърни, без изричното писмено съгласие от авторите и издателите.

Публикуваните текстове и снимки представят единствено вижданията на авторите и по никакъв начин не изразяват вижданията на издателите. Авторите носят отговорност за използването на информацията, която се съдържа в тях.

© Published by the Institute of Ethnology and Folklore Studies with Ethnographic Museum – Bulgarian Academy of Sciences, 2022.

© All rights reserved.

No part of this publication may be reproduced or published and/or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying or otherwise, or by any information storage and retrieval system, including a computerized one, without permission in writing from its authors and publishers.

The texts and photographs published in this book reflect only the authors' views and by no means express the standpoint of the publishers. The authors bear the responsibility for the information contained therein.

**ISBN 978-954-8458-56-6**

Книгата предлага съвременен и нестандартен поглед на проблематиката на културното наследство, но не се ограничава само с коректен теоретичен анализ. Представените от авторите добри практики, многобройни казуси и примери от българското културно наследство, допълват голямата тема за културните ресурси и наследства за местно развитие.

**Доц. д-р Соня Алексиева**

The book offers a modern and unorthodox perspective of the subject of intangible cultural heritage without confining itself to a proper literary analysis. The good practices presented by the authors, the numerous case studies and examples of the Bulgarian cultural heritage, amplify the extensive topic of the cultural resources and heritage for local development.

**Assoc. prof. Sonya Alexieva, Ph.D.**

Текстовете в книгата не само констатираят състоянието на културните ресурси, но и усилията на различни институции и общности да намерят път към новите подходи, програми и директиви във връзка с културното наследство и неговото валоризиране. Заедно с това критичните анализи и обзорът на добрите практики в двата разглеждани региона (Русенски и Сливенски) очертават техния потенциал да се справят с предизвикателствата на времето.

**Доц. д-р Ангел Янков**

The texts in the book not only observe the state of cultural resources, but also the efforts of various institutions and communities to find a way to new approaches, programs and directives related to the cultural heritage and its valorization. Furthermore, the critical analysis and review of the good practices in the two examined regions (Rousse and Sliven) outline their potential to cope with the challenges of the time.

**Assoc. prof. Angel Yankov, Ph.D.**

ISBN 978-954-8458-56-6



9 789548 458566