

КУЛИНАРНИ ТРАДИЦИИ  
И  
КУЛТУРНО-ИСТОРИЧЕСКО  
НАСЛЕДСТВО  
В МАЛКИ НАСЕЛЕНИ МЕСТА





**КУЛИНАРНИ ТРАДИЦИИ  
И  
КУЛТУРНО-ИСТОРИЧЕСКО  
НАСЛЕДСТВО  
В МАЛКИ НАСЕЛЕНИ МЕСТА**

София • 2023  
Университетско издателство „Св. Климент Охридски“

Рецензенти

*доц. д-р Меглена Златкова*

*доц. д-р Десислава Димитрова*

© 2023 Виолета Коцева, съставител

© 2023 Антонина Георгиева — художник на корицата

© 2022 Университетско издателство „Св. Климент Охридски“

ISBN 978-954-07-5734-6

## СЪДЪРЖАНИЕ

Уводни думи / 7

*Петя Василева-Груева.* Кулинарна фестивализация в малки населени места – изобретяване, популяризиране, експлоатиране (наблюдения от терена) / 13

*Ивайло Марков.* Киселото мляко: от национално към местно наследство. Сравнително етноложко изследване на празниците на киселото мляко в Разград, Трън и Момчиловци / 39

*Васил Балтаджиев.* Културни и кулинарни репрезентации на черешата в „Празник на черешата – гр. Кюстендил“ / 65

*Виолета Коцева.* „Овощната градина на България“. За конструирането на един символ / 78

*Вихра Барова.* Вкусът на родопското село – дегустации и демонстрации, празници и традиции / 92

*Атанаска Станчева.* Вкусване на селото – храната като част от туристическото преживяване / 107

*Яна Янчева.* Отглеждане на зеленчуци и кулинарни практики в Северозападна България през 40 – 50-те години на XX век / 125

*Иванка Абаджиева-Иванова.* Изследването на „кулинарни традиции“ в ромски общности по време на криза. Проблеми и предизвикателства / 153

*Иванка Петрова.* Занаятчийско производство на хляб в малки български градове: традиции и наследство в условията на стопанска несигурност / 173

*Илия Илиев.* Традиционната българска кухня в „Показалеца“ на Раковски / 186

*Мира Маркова.* Поклонническа обредност и хранителни практики в съвременността (случаят Калвария Пацлавска, Полша) / 199

*Ивет Фандъкова. „Икономиката на бурканите“ като постмодерна  
реалност / 212*

*Илиана Страхилова. Трансформации и джендър специфики при  
приготвянето на ежедневна и обредна храна / 242*

*Кремена Йорданова. Хранителните навици на българските  
мигранти. Между дома и чужбина / 260*

## УВОДНИ ДУМИ

*Доц. д-р Виолета Коцева*

Културно-историческото наследство е обект на дискутиране, изследване, опазване, музеифициране, популяризиране в перспективата на опит за съхраняване на практики, знания, традиции, но и на отразяване на процесите, които настъпват в тях. Различни елементи от него биват наблюдавани и анализирани от страна на етнологи, фолклористи, социолози, културолози, филолози и др. Натрупаната по обем литература дава широка база за последващи анализи. Този интерес не отслабва, а сякаш напротив, рои нови и нови теми, които намират мястото си в широкото поле на това, което определяме като наследство в най-общия смисъл на думата. Точно такъв пример представляват кулинарните традиции. Последните, имплицитно носещи емоцията на оцеляването и общуването, са особено привлекателна за изследователите тема. Свидетели сме на нарастващ интерес към традиционните храна и хранене, разглеждани не само в чисто етнографския им аспект чрез документиране на позабравени и избледнели практики и продукти, но и в качеството им на потенциален маркер на локална и общностна идентичност. Последното особено силно изразено в малки населени места, които, притиснати под напора на неизбежните демографски, икономически и културни процеси, търсят механизми за преживяване на идентичността си. Изключително ефективни в този процес се оказват кулинарните традиции, част от културно-историческото наследство на малките населени места.

Именно изследването на тези локални процеси на фона на глобалните механизми за развитие на културата (в това число миграции, културни влияния, медии и т.н.) бе поставено във фокуса на проекта<sup>1</sup>, разработен от екип учени от катедра „Етнология“ на СУ „Св. Климент Охридски“ съвместно с колеги от Института по етнология и фолклористика с Етнографски музей. Съвсем умишлено екипът се спира на

<sup>1</sup> Проектът „Кулинарни традиции и културно-историческо наследство в малки населени места – изобретяване, популяризиране и експлоатиране“ е финансиран от Фонд „Научни изследвания“ – МОН с Дог. № КП-06-ОПР 05/9 от 17. 12. 2018 г.

изследването на кулинарните традиции като част от културно историческото наследство в малки населени места. Районите на теренните изследователски дейности умишлено бяха избирани по белега демографски отлив, изолираност, интензивни миграционни движения и др. Точно такива са регионите на Ломско, Кюстендилско и Смолянско. Целта беше на фона на настъпващите драстични промени в изброените по-горе показатели да се изследва и анализира ролята на кулинарните традиции като фактор за съхраняване, изобретяване/въобразяване и препредаване на локалното културно наследство. От особен интерес за екипа беше възможността да се проследи в малките населени места кои са онези елементи от традицията, които се избират съзнателно, обикновено в резултат на обсъждане и допитване до местните хора, за да се превърнат в емблема на общността и локацията. Проследяването на промените в храната в условията на кризи от различно естество (икономически, демографски, епидемични) също беше основна задача за екипа. Екстремната ситуация, предизвикана от пандемията от Ковид-19 и свързаните с нея ограничения в придвижването, както и наложената социална дистанция и изолация в малките населени места доведе до връщане към практики, целящи изграждане на почти самозадоволяващо се стопанство. Ситуацията активизира и механизмите на социална взаимопомощ в рамките както на малките семейства и рода, така и на селищната по-голяма общност. Всичко това нямаше как да не предизвика изследователския ни интерес.

Пандемията обаче оказа и негативен ефект върху нашата работа като етнолози. Да бъдеш теренист в условия на социална изолация се оказа почти невъзможно. Принудихме се да бъдем по-креативни и да поместваме теренните си проучвания в малките прозорци, в които мерките, свързани с ограничаване пандемията от Ковид-19, бяха разхлабвани и позволяваха събиране на хора на открито и закрито. Особено силно тя се отрази върху работата ни в аспекта дейности с ученици. Поради пълното затваряне на училищата през почти цялата 2020 и част от 2021 г., бяхме ограничени във времето. Предвид ситуацията обаче направихме и невъзможното проектните дейности да бъдат изпълнени. Така успяхме да реализираме и предвидените пролетни училища и ателиета с ученици и студенти в различни локации. Така основната идея за транслиране на знания в областта на кулинарните практики и културно-историческото наследство намери своята реализация.

Сборникът, който читателят държи в ръцете си, е резултат от научно-изследователската част на проекта. В него, освен представителите на проектния екип, своите изследвания споделят и участниците в проведената през месец ноември 2022 г. научна конференция,



посветена на кулинарните традиции. Отговорността за тезите, аргументите, научната обективност и провеждане на проучванията е на авторите в сборника.

Изследователският интерес оформи няколко основни тематични кръга, които намират отражение в съдържанието на сборника. На първо място може да бъде открит анализът на фестивализацията на кулинарните практики. Именно на това са посветени статиите на гл. ас. д-р Петя Василева-Груева, гл. ас. д-р Ивайло Марков, доц. д-р Вихра Барова, гл. ас. д-р Васил Балтаджиев, доц. д-р Виолета Коцева. В съпоставителен план изследванията на д-р П. Василева-Груева, д-р Ив. Марков и доц. В. Барова разглеждат различни аспекти от фестивалната култура през призмата на традиционни или считани за традиционни продукти. Д-р П. Василева-Груева проследява механизмите на затвърждаване на локалната идентичност през Празника на Смилянския фасул, Празника на киселото мляко с. Момчиловци, общ. Смолян и празника „Фършанги“ в с. Бърдарски геран, общ. Бяла Слатина. Д-р Ивайло Марков разглежда в сравнителен аспект трите налични фестивала, посветени на киселото мляко в страната – този в с. Момчиловци, в гр. Трън и в гр. Разград, като показва как от традиционната и научна сфера се заимстват отделни елементи, за да се конструира общата визия на локалната идентичност през призмата на един кулинарен продукт. Съпоставяйки два празника в община Смолян – на Смилянския фасул и този на киселото мляко в с. Момчиловци, доц. В. Барова проследява как те, използвайки вътрешни и външни ресурси, притежават и развиват потенциала си да се превърнат в местна емблема и важен елемент от културния календар в региона. Д-р В. Балтаджиев проследява репрезентациите на черешата като местен, но нов продукт в района на гр. Кюстендил и как той се превръща във важен икономически и културен ресурс в региона. Доц. В. Коцева отделя внимание на овощарството като реален и символен поминък, репрезентиран през Празника на плодородието в гр. Кюстендил.

Изследването на гл. ас. д-р Атанаска Станчева се фокусира върху проследяване на идеята за културно наследство чрез кулинарни традиции в къщите за гости. Авторката обръща внимание на това какво се мисли като *традиционно, старо, автентично* и не на последна място какво има потенциала да бъде емблема на локалната културна идентичност или поне да бъде осмисляно като такава.

Отглеждането на зеленчуци и зеленчукопроизводството в процес на промяна е обект на изследване в работата на гл. ас. д-р Яна Янчева. Авторката обръща внимание на взаимодействието между хората и културните растения като отговор на социалните, икономически и културни процеси в региона на Северозападна България.

Храната в нейния социален и културен аспект при работа с ромски общности е обект на изследване от страна на д-р Иванка Абаджиева. Авторката се фокусира върху ролята на храната в процеса на комуникация в периода на криза. Отделя внимание и на храната като средство в практическата работа на етнолог-теренист и потенциала ѝ да подпомага *влизането в терена*.

Доц. д-р Иванка Петрова разглежда производството на хляб в малки български градове, като откроява наследените традиционни знания, но също така и иновациите в процеса на напасване на хлебните производители към променените изисквания на потребителите.

Начинът, по който Г. С. Раковски се опитва да издигне традиционната българска храна до нивото на европейската кулинарна традиция в годините на Късното Възраждане, е обект на интерес в работата на доц. д-р Ил. Илиев. Авторът проследява селективния избор на Раковски на емблематични и разпознаваеми маркери от традиционната култура в желанието му да демонстрира *качествата* на традиционната българска кухня. Сред тях са маркери като мъжко/женско, жените-воини, естествена и природна (но българска) кухня и др.

Проф. д-р Мира Маркова разглежда особения случай на хранителни репрезентации в обредната храна по време на поклоннически действия. По примера на случая Калвария Пацлавска, Полша авторката откроява ролята на храната като фактор в ежедневието и в ритуалната практика.

Работата на д-р Ивет Фандъкова проследява процесите на *връщане* към традиционното отглеждане и консервиране на продукти, като опит за бягство от съвременността и изграждане на едни по-опростени модели на оцеляване в постмодерно време.

Гл. ас. д-р Илиана Страхилова разглежда джандър спецификите в приготвянето на храна, като прокарва паралел между ежедневна и ритуална, месна и безмесна, *мъжка* и *женска* храна.

Последната статия в сборника представлява изследователския резултат на гл. ас. д-р Кремена Йорданова. Във фокуса на нейната работа е промяната в хранителните практики на българските мигранти. Поставени в сякаш вечната ситуация между дома *тук* и дома *там*, авторката анализира елементите от храната, които ги представят в родното място и в чужбина, какви традиции носят там и какви заемки привнасят тук. Последното е особено интересно с потенциала му да формира нови идентичности на хора, попили от чуждата култура, която се опитват да адаптират в новия си стар дом.

Разнообразието от теми и анализи гарантира, надявам се, читателския интерес. В същото време сборникът дава многостранни перспективи и представлява добра основа за последващи изследователски

дирения. А именно такава е основната цел на всяка нова научна публикация.

В заключение бих искала да кажа още нещо. За нас, колегите и приятелите от катедра „Етнология“ на ИФ към СУ „Св. Климент Охридски“ този сборник има особена символна стойност. По време на работата по проекта, чийто резултат е той, ние се простихме с нашия ръководител, колега и истински приятел проф. д-к Веселин Тепавичаров. Ръководител на проекта през първата му половина и истински духовен наставник и опора за всички нас през по-голяма част от житейския ни и през целия ни професионален път, той остави своя отпечатък върху цялата ни работа. Стресът и шокът от загубата на толкова сърдечен и емблематичен човек никога няма да бъде преодолян. Но както приживе Весо имаше способността да мобилизира доброто в хората около него, така и след смъртта си той ни остави своето наследство — екипността, колективния дух и най-вече онази радост от живота, която той носеше, радостта от това да общува на чаша хубаво питие, с хубава храна и ~~най-вече~~ в компанията на хубави хора. Дългите години работа с него ни подариха онова усещане за наслада от живота, което беше нашият стимул да продължим. Не просто в дейността си на етнологи и антрополози, а и в наследения начин на общуване и приемане на хората, в обичта еи към работата и в ежедневието еи на етнологи. Проектът е последният, по който имаме щастието да работим и пътуваме с него, но във всичко, което правим като хора и специалисти, всъщност нашият съвместен път продължава. Затова и този сборник е колкото наш, толкова и негов, колкото *за него*, толкова и *от него*.

Приятно четене!



## КУЛИНАРНА ФЕСТИВАЛИЗАЦИЯ В МАЛКИ НАСЕЛЕНИ МЕСТА – ИЗОБРЕТЯВАНЕ, ПОПУЛЯРИЗИРАНЕ, ЕКСПЛОАТИРАНЕ (НАБЛЮДЕНИЯ ОТ ТЕРЕНА)

Гл. ас. д-р Петя Василева-Груева,  
катедра „Етнология“, Исторически факултет,  
СУ „Св. Климент Охридски“

**Анотация:** Студията разглежда провеждането на избрани кулинарни празници и фестивали през последните две десетилетия в България – това са Празникът на смилянския фасул – с. Смилян, Празникът на киселото мляко в с. Момчиловци и фестивалът „Фършанги“ в с. Бърдарски геран. Организирането на всеки един от тях мобилизира различни по вид дейности, но и се съобразява със специфичните особености на региона – природни дадености, демографска картина, съхранени традиции, стопански технологии за производство, наличие на местни индустрии, развитие на туристическата инфраструктура, интереса и участието на местните общности, както и полезността на общинските и национални политики. Анализират се определени практики, кулинарни и културни специфики, разгледани през призмата на репрезентирането на традицията (реална или изобретена), локалността и потребностите на общността. Чрез кулинарните фестивали се остойността локалното културно-историческо наследство, но и се търсят общоевропейски съвременни тенденции, които представят традиционните хранителни продукти и ястия като натурални, екологични и свързани с актуалния към днешна дата природосъобразен начин на живот.

**Ключови думи:** кулинарни празници и фестивали, кулинарни традиции, локално културно-историческо наследство, гурме кулинария, културни политики, екологични тенденции

**Abstract:** The study examines the holding of selected culinary holidays and festivals in the last two decades in Bulgaria – these are the Smilyan bean Festival – Smilyan village, the Yogurt Festival in Momchilovtsi village and the „Ferchangi“ festival in Burdarski geran village. The organization of each

of them mobilizes different types of activities, but also takes into account the specific features of the region – natural environment, demographic picture, preserved traditions, economic production technologies, presence of local industries, development of the tourist infrastructure, the interest and participation of local communities, as well as the utility of municipal and national policies. Certain practices, culinary and cultural specifics are analyzed, viewed through the lens of representing tradition (real or invented), locality and community needs. Culinary festivals value the local cultural and historical heritage, but also look for European modern trends that present traditional food products and dishes as natural ecological and related to the currently up-to-date nature-friendly way of life.

**Keywords:** Culinary holidays and festivals, culinary traditions, local cultural and historical heritage, gourmet cuisine, cultural policies, environmental trends

В десетилетието преди Ковид пандемията се наблюдаваше изключителен бум на кулинарни празници и фестивали. Благоприятната икономическа обстановка, съчетана с активната роля на читалищните и музейни институции, общинските администрации и мобилизираните местни общности, направиха възможни осъществяването на многообразни по вид и форма чествания на разпознаваеми и характерни за различните региони продукти (растителни и животински), технологии, храни и ястия.<sup>1</sup> През годините след тяхното създаване постепенно се наблюдава утвърждаване на разнообразни елементи при провеждането на празниците, които ги превръщат в популярно и очаквано ежегодно събитие от културния календар не само на регионално, но и на национално ниво.

Тенденцията за организирането на подобни събития се вписва в налагащите се през последното десетилетие културни политики за „валоризиране на наследствата“, „опазване и съхранение на културно-историческото наследство“, „репрезентиране на локалната (териториалната) идентичност“, „съживяването на традициите“, „ретрадиционализацията“ и търсенето на културни (материални и символни) ресурси за местно развитие (Бокова 2022; Стоилова 2021; Сантова 2016; Лулева 2019; Карамихова 2021; Троева 2011; Василева-Груева 2022; Mulcahy 2017; Grasseni 2011; Ганева-Райчева, Ненов 2022). Споменатите в кавички понятия са добре обяснени в различни изследвания и рамкират процеси, характерни за наложилия се от началото на новото столетие стремеж на различни заинтересувани страни да намалят ефектите от повсеместната глобализация и да засилят значението и

<sup>1</sup> Според Елица Стоилова кулинарните фестивали или празници с кулинарна насоченост и честване на традиционни храни и продукти към 2020 г. се организират в 130 населени места в България (Стоилова 2021).

стойността на традицията, локалната култура и колективната памет. Безспорно ключови елементи за съвременното изграждане на политиките за идентичност и културна репрезентация в постмодерния свят.

Организирането на един кулинарен празник изисква не само мобилизирането на различни по вид дейности, но и съобразяването им със специфичните особености на региона – природни дадености, демографска картина, стопански технологии за производство, наличие на местни индустрии, развитие на туризъм и туристическа инфраструктура, интереса и участието на местните общности, полезността на общинските и национални политики и оптимизирането на административния капацитет. Тяхното съчетаване оставя отпечатък върху целите, концепцията, организацията и реализирането на фестивала, а това провокира всички тези елементи да бъдат разгледани и анализирани в настоящата студия. В този контекст би било интересно да се открият три различни пресечни точки, върху които се осмисля и остойността едно подобно мащабно събитие. В центъра се поставят определени храни и кулинарни специфики, но те се пречупват през призмата на репрезентирането на традицията (реална или изобретена), локалността и потребностите на общността. Следователно е интересно да се проследи как празникът функционира като събитие за съхраняване на културната памет на поколенията и какви традиционни или възприети като такива елементи от миналото и културата на предишните поколения представя. Работната ми хипотеза е, че все повече фестивали се осмислят като важен ресурс за изграждане не само на регионалната идентичност, но и за това, което се мисли за престижно и ценно с оглед да се отговори на определени съвременни тенденции. Не на последно място е интересно да се проследи дали фестивалната активност все повече се възприема като основополагаща за социалната кохезия на малките населени места и съответно като добра възможност за консолидация и евентуално устойчиво социално и икономическо развитие на региона.

Храната и начините на прехрана още от древността са доказали, че са базисни за развитието на човешката култура, в т.ч. и идентичността, и през вековете са останали най-ефективните средства за нейното изразяване и демонстриране (Montanari 2006: 13). И днес те са движеща сила в глобализираните общности и имат капацитет да обединяват много важни аспекти от техния живот, включително сетивата, паметта, традицията, ежедневните практики и навици, професионалните умения, връзките с местните власти, пазара и пр. (Grasseni 2011). Кулинарните празници и чествания от различен тип помагат местната храна освен като локален маркер да се превърне в стойност. Това въвежда трайни промени в цялата социално-техническа система, стоящата в основата на продукта (от суровината до маркетинга).

Според Грасени създаденият фокус и внимание предполага значителни промени в начина, по който местните храни се произвеждат, разпространяват и консумират, както и в начина, по който социално и символно се приспособяват към интересите на общността. Тя нарича този процес преоткриване на храната (re-inventing food), защото води до допълнително мобилизиране на местни стратегии за преоценяване и остойностяване на наследството, включително и на местните традиции и памет, материалната култура, технологиите, природните дадености и пр. Именно тази теоретична рамка ще се използва при анализа на наблюдаваните кулинарни празници.

Разбира се, не е възможно да се обхванат всички ежегодни събития с кулинарна насоченост. По тази причина е направен подбор от три празника, в различни части на страната и представлящи различни по вид харни, върху които реализирах преки наблюдения по време на самото им провеждане. В рамките на проекта имах възможност за допълнителни посещения на населените места, при които осъществих и интервюта с различни респонденти.<sup>2</sup> Предмет на обстоен анализ тук е „Празникът на смилянския фасул“, с. Смилян, общ. Смолян. Периферно, с цел проверка на изводите, ще бъдат засегнати и сравнени два други празника: „Фестивалът на киселото мляко“, с. Момчиловци, общ. Смолян и фестивалът „Фършанги“ – календарен празник на католическата общност в с. Бърдарски геран, общ. Бяла Слатина със силен кулинарен акцент върху традиционни за местните хора продукти от свинско месо.

Периодът на провеждане на теренните наблюдения съвпадна с разразилата се световна Ковид пандемия, която тежко засегна фестивалния живот в цялата страната и прекъсна традицията за ежегодното провеждане на различните събори, фестивали и празници, включително и кулинарните. Всеки фестивал е свързан със струпането на много хора и е невъзможно да се спазват препоръчителните епидемиологични мерки, а това доведе до тяхната отмяна или частична забрана. Към настоящия момент (лято на 2022 г.) още не е ясно дали празниците могат да се завърнат с пълния си набор от дейности, които реализираха преди епидемията.<sup>3</sup> Налице е процес на търсене на

<sup>2</sup> Наблюденията на терен бяха извършени в периода 2019 – 2022 г. като част от проект „Кулинарни традиции и културно-историческо наследство в малки населени места – изобретяване, популяризиране и експлоатиране“, финансиран от ФНИ – МОН, Договор № КП-06 – ОПР 05/9 от 17.12.2018.

<sup>3</sup> Празникът на смилянския фасул не беше проведен през 2020 и 2021 година. Все пак, за да се поддържа интересът към празника, през 2021 г. беше реализиран само конкурсът за пано, изготвено от бобени зърна. От три години състезанието е обявено за национално, което дава възможност в него да участват деца от различни региони, разделени в три възрастови групи. През октомври



разнообразни стратегии, които да ангажират местните хора, за да не се загубят вече разработените добри практики, превърнали ги в ценни и успешни за различните аудиории.

\* \* \*

Хронологично „Празникът на Смилянския фасул“ в с. Смилян е най-стар, началото му е поставено през 2003 г., което го прави един от ветераните в кулинарната фестивална култура. Изборът на тази култура е продиктуван от природните особености и земеделските традиции на региона. Село Смилян се намира в сърцето на Родопите, на 15 км югоизточно от областния център гр. Смолян и е разположено на двата бряга в горното течение на р. Арда (на около 820 – 850 м надморска височина). То е най-голямото село в община Смолян, има действащи училище и детска градина, наброява около 1600 души, а религиозният състав на населението е приблизително по равно от българи християни и българи мюсюлмани.<sup>4</sup> В миналото типичната за района поминъчна дейност е животновъдството, дребното земеделие, дърводобива и развитието на занаяти.

Планинският терен, оскъдността на обработваемите площи и специфичният състав на почвата, са подходящи за отглеждането на стопански култури като картофи, тютюн, фасул и други. Според редица изследователи бобовите култури заемат значимо място в традиционната кухня на родопското население. Сред тях фасулът е на особена почит, консумира се във всичките фази на зреене на плода – зелен, полужелен (т.нар. „жупкар“) и узрял, като се изчисти от шушулките и събраните бобчетата се варят за приготвянето на различни видове чорби, яхнии и пр. или се консумират смесено с други продукти като картофи, кисело зеле, месо и пр. Освен ежедневна храна, фасулът се включва и като храна при редица календарни и семейни празници.<sup>5</sup>

2022 г. празникът на смилянския фасул се завърна с пълната си програма. Фестивалът на киселото мляко също не се състоя през 2020 г., 2021 г. и 2022 г. Фестивалът „Фършанги“ не се реализира само през 2021 г. Той се провежда през зимния период и през февруари 2022 г. страната ни беше в плато на забелеваемостта, което позволи неговото осъществяване. — бел. а.

<sup>4</sup> <https://bg.wikipedia.org/wiki/Смилян>

<sup>5</sup> В „Етнография на България“, II том четем: „Варен постен зрял фасул без никаква запръжка е повсеместно ястие за много календарни празници (Бъдни вечер, Сурва, Заговезни, Тодоровден, Димитровден, Никулден), докато фасулът за ежедневна консумация почти в цялата страна се запръжва.

За семейни празници – кръщенки, сватби и погребения, както в равнините, така и в планинските селища на България до 30-те години на XX век са приготвяни две ястия – постен булгур и фасул, сварен само с вода, без прибавка на никакви зеленчуци, често без мазнина. От началото на XX век за същите случаи в планинските

Две са причините за широката му популярност във всяко родопско домакинство — лесната му възможност за съхранение (в конопени торби и в килера, на сухо и проветриво място) и сравнително простата му кулинарна обработка.

Известно е, че фасулът се разпространява в Европа през средиземноморските страни и според различни изследватели се появява по нашите земи през XVII — XVIII век (Павлов 2001: 27; Дечев 2022). Това е причината хората в село Смилян да твърдят, че отглеждат *фасульовица* (както го наричат) от най-малко 250 години. Специфичното затворено местоположение на селата по горното течение на река Арда се оказва фактор за естествената селекция на семена. Обработката и до ден днешен си остава изцяло ръчна, чрез падащи земеделски практики. Заради особеностите на терена не е възможно индустриално отглеждане или механизация на процеса. Това, според местните хора и специалистите по хранене, е най-голямото достойнство на смилянския фасул и гарантира автентичност на неговите вкусови качества.

В желанието си сортът да добие популярност, но същевременно и наименованието да бъде защитено, местните жители, заедно с тогавашния кмет Сафедин Чукуртев, се решават на две важни крачки — да организират през 2003 година празник на смилянския фасул и да регистрират и патентоват марката „смилянски“. Така през 2007 година се защитава марката „Смилянски фасул“ успоредно с регистрирано географско обозначение за произход на селскостопанска продукция, което могат да ползват само селата по горното течение на река Арда — с. Бяла река, общ. Рудозем, и селата Смилян, Кошница, Могилища, Арда и Горна Арда, общ. Смолян. Междувременно се учредява и първият в България Конвивиум от мрежата Slow Food — Конвивиумът „Смилянски фасул“. Идеята на организаторите е да включат продукта в популярното международно движение и по този начин да се използват оптимално изградените национални и световни мрежи за повишаване на реномето на смилянския фасул и неговото популяризиране на различните пазари.<sup>6</sup> Названието „смилянски фасул“ започва своята

---

*райони на страната започват да се колят овни, които варят на курбан, т.е. само с вода или с прибавка единствено булгур. Наред с курбана отделно варят непременно и постен фасул.*“ (Радева 1983: 298); Таня Марева в своята дипломна работа, защитена в Софийския университет през 1995 г., ни дава следното сведение за с. Момчиловци, което може да се приеме, че е валидно за целия родопски ареал: „...в подарявани за сватба домакински съдове се сипват шепи фасулеви зърна, когато се изпращат гурбетчици, за изпът им слагат и фасул.“ (Марева 1995: 89).

<sup>6</sup> Според изследователката на движението Атанаска Станчева „Slow Food International“ е глобална организация, която заявява като свой водещ принцип свързването на добрата храна с ангажимента към местната общност и околната среда. Създадена е през 1989 г. по идея на Карло Петрини

история от социалистическия период, когато „Балкантурист“ прави различаваем едрия фасул, отглеждан в Родопите, като го избира за студено предястие в регионалното меню на почивните бази и хотели в зимния курорт Пампорово. *„Когато хранителните технолози от Балкантурист са идвали тук да правят регионалното меню (има предвид в Родопите – б. а.) и... един от технолозите е имал приятел в село Смилян и тръгва, решава на риск, тръгва без предупреждение, било е есента, тук зеленчук няма и домакинята много зарадвана на госта, ама какво, какво да направи... тука има традиция, като се прибира фасула, от шушулките, което не е съвсем узряло – едрият, вадят се, сваряват се и се стерилизира. И тя вади един такъв буркан боб, овкусява го с подправки, лук, мазнина, сервира за мезе с ракията. Човекът опитва, харесва го, моли да му бъде даден един буркан, за да демонстрира на колегите си, които също го харесват и така се решава... всъщност така Балкантурист е свършил голяма част от работата.“*<sup>7</sup>

По инициатива на местната частна земеделска взаимоспомагателна кооперация и по проект на проф. Димитър Серезлиев се изработват етикети, които се предлагат само на местните производители и по този начин се гарантира качеството на предлагания продукт. На тези етикети, които са в два графични варианта: „Смилянски фасул – дребен“ и „Смилянски фасул – фасулевица“ (едър), винаги трябва да стои и телефонният номер на конкретния производител. По този начин се създава усещане за доверие и възможност за директен контакт между производител и купувач.

Като време за провеждане на фестивала се налага периодът от края на октомври до края на ноември, който традиционно в планината се възприема като „неактивен туристически сезон“ поради променливото време през тези месеци. Същевременно това е периодът, в който новата реколта вече е прибрана и обработена, а планинският маршрутен туризъм все още е възможен.

Всяко начало е трудно, но смилянчани постепенно откриват рецептата за събитие, което да ангажира и събере заедно различни по възраст и интереси аудитории.<sup>8</sup> За подрастващите (от 2004 година) е

---

като алтернатива на заведенията за бързо хранене и наброява към настоящия момент над 100 хиляди членове, свързани в 1500 местни общности в над 160 страни. „Slow Food International“ обединява и 10 хиляди малки производители, въвлечени в проекти, наречени Президиуми. Философията на „Slow Food“ е „Good, Clean and Fair“, т.е. храната трябва да е вкусна и от качествени продукти, да е произведена по природосъобразен начин, който не уврежда околната среда, в замяна на което производителите да получават справедливо възнаграждение за своя труд (Станчева 2015: 137 – 142).

<sup>7</sup> Интервю с Илия Годев, настоящ секретар на читалището в с. Смилян

<sup>8</sup> В интервю Илия Годев, секретар на читалище „Проф. д-р Асен Златаров 1927“ спомена, че идеята за фестивала е взимствана от вече съществуващия

измислен конкурсът „Пано от смилянски фасул“ — деца от три различни възрастови групи от региона могат да се състезават като показват своите умения и креативност в изработването на картини и предмети със смилянски фасул. Постепенно този конкурс от регионален става национален и към днешна дата подобни пана се изпращат от всички краища на страната. Най-добрите сред тях остават на съхранение в етнографската сбирка на читалището, която постепенно започва да функционира като истински музей с входна такса, рекламни сувенири и подходяща изложбена площ. В официалната програма се включват и т.нар. „Игри на фасула“, които имат развлекателен характер и отново са насочени предимно към децата. За възрастните посетители и участници се организира (от 2005 година) конкурсът „Ястия от Смилянски фасул“ с две категории — за любители и за професионалисти. Те се оценяват от специално жури, но гостите също могат да опитат ястията. Местните производители също получават възможност да покажат умения и се състезават в две различни категории: „Производител на годината“ и „Най-атрактивен щанд на производител“. На майсторски аранжирани щандове, освен сертифициран фасул, се продават характерните за региона продукти — гъби — сушени и стерилизирани, картофи, орехи, месни и млечни деликатеси, мед, домашно консервирани храни в буркани т.е. всичко, което попада в графата: екологично чиста и традиционно приготвена храна.<sup>9</sup> На импровизирана сцена пред читалището има организирана програма от местни и гостуващи самодейни групи за песенен и танцов фолклор. За посетителите, които на място искат да се убедят във вкусовите качества на смилянския фасул, е приготвена чорба по традиционна за региона рецепта. Продуктите за ястието са събрани чрез дарения и се сервират безплатно в две от най-популярните заведения в селото. С годините програмата на празничния ден се оптимизира от инициативен комитет с цел да ангажира гостите и посетителите на празника почти през целия ден и да им предлага емоции от всякакъв вкус и вид. Освен кулинарния елемент от съществено значение за фестивалния ден е участието на групи за песенен и танцов фолклор

---

Боб фест в с. Радуил, общ. Самоков: *„...тогава по инициатива на кмета С. Чукуртев се събра една група, бяха проучили от кметството опита на Радуил... трябва да се отбележи, че ние не откриваме топлата вода... Радуил беше започнал две или три години преди нас да прави празник на радуилския боб“.*

<sup>9</sup> През 2019 г., когато екипът беше на посещение на фестивала, имаше и производители, които продаваха своя фасул без необходимите етикети, гарантиращи качеството на продукцията. Цената на килограм фасул беше незначително по-ниска от „етикетирания“. Щандовете на тези производители не бяха в централната част и при тях отсъстваше специална аранжировка и украса на продукцията. — бел. а.

от селото, региона и цялата страна в програмата пред читалището. Централното пространство на селището се изпълва със сергии с ръчно изработени сувенири, детски играчки, увеселителни атракции и прочие забавления, които вече са неизменна част от всяко празнично селищно събитие.

Почти с началото на организирането на празника се създава и етнографска сбирка към читалището. Тя официално е открита през 2005 година. Помещава се в сградата на читалището и приютява, освен артефакти от родопския традиционен бит, всички наградени пана със смиянски фасул, изработени за конкурса през годините. Сбирката, чието название е „Етнографска сбирка на смиянския фасул и традиционни родопски терлици“, все още не е регистрирана по изискванията на Закона за културното наследство, но притежава впечатляваща колекция от изработени макети и пана и се е превърнала във важен център на локалната идентичност за местната общност. Това съответства и на основния замисъл при осъществяването ѝ с акцент върху консолидирането и презентирането на поминъчната практика на региона. Според наблюдения на Илия Годев, ако в началото местните жители не са проявявали особен интерес към сбирката, то от десет години *„щом на някой от селото му дойдат гости, първата им работа е да посетят етнографската сбирка“*. В самия център на селото нова и голяма информационна табела указва посоката и информира за наличието ѝ посетителите на селото.

За привличането на по-голямо медийно внимание към мястото и към продукта отново местната инициативна група и тогавашният кмет Сафидин Чукуртев решават да се направи и гигантско пано от смиянски фасул, което да кандидатства за рекордите на Гинес. Основната идея е, всеки посетител на сбирката да залепи поне половин бобче върху предварително зададената канава на творбата и да впише данните си в книга, за да може да се обяви като картина, създадена от най-много хора в света. Първото бобче върху картината, която изобразява характерни и разпознаваеми за региона символи като мост, родопски чан, фасулеви растения и горски пейзаж, е поставено през 2006 г. от тогавашния областен управител на Смолян д-р Петър Фиданов, а последната 23 045-та половинка е поставена от настоящия президент Румен Радев през август 2021 г.<sup>10</sup> Дали тази мащабна ини-

<sup>10</sup> Идеята и дизайнът на картината и изображенията са дело на местния художник и дърворезбар Илко Велинов. Към този момент паното все още се почиства, за да се консервира и да се подадат документи за кандидаурата за рекордите на Гинес. Оттам ще дойдат представители, които ще съставят броя на зърната с имената на хората, за да потвърдят автентичността на паното. — <https://www.marica.bg/region/smolqn/smilqn-atakuva-gines-s-pano-ot-55-kg-fasul>, посетен на 26 септ. 2022 г.

циатива ще се увенчае със световен рекорд все още няма официално решение, но основната идея — да се популяризира смилянският фасул, село Смилян и регионът е осъществена и редица местни и национални медии (интернет сайтове, вестници, тв канали) разпространяват периодично новини около регистрирането на предстоящия рекорд.

До навършването на своето „пълнолетие“ „Празникът на Смилянския фасул“ успешно е канализирал и реализирал енергията на общността чрез действията на инициативния комитет. В него влизат изяви жители на селото, служители на кметството, читалището, ключови играчи от местния бизнес в сферата на туризма, ресторантьорството и известната частна млекопреработвателна фирма „Родопска Милк КООП“.<sup>11</sup> По този начин всички заинтересувани страни са ангажирани в изпълнение на своята част от един програмен документ, приет преди двадесет години, отново по инициатива на предишния кмет Чукуртев и възникнал след половингодишни обсъждания на проблемите на хората от общността, свързани с тревожните към началото на новия век тенденции в българското общество на регионално и национално ниво.<sup>12</sup> В него са открити мерки за постигане на две важни стратегически цели. Първата е свързана с превантивни мерки за избягване на обезлюдяването на региона, заради закрити промишлени производства и загуба на пазари за основната земеделска продукция на местните, каквато са картофите, с която хората са реализирали допълнителни доходи. Втората цел е малко по-абстрактна, но също толкова амбициозна: „изграждане на нова идентичност на общността и селищата в района на горното поречие на р. Арда, базирана на развитието му като дестинация за устойчив туризъм и запазване и популяризиране на смилянския фасул като част от традиционните земеделски практики на общността, неговите хранителни навици и ценности като част от идентичността на района.“<sup>13</sup> Действията, които трябва да се предприемат в първия обозрим период от 2001 — 2012 г., са свързани с подпомагане на нововъзникващия туристически сегмент като семейни хотели и комплекси, ресторанти, механи, турис-

<sup>11</sup> Фирмата и нейната собственичка Милкана Йорданова са по своето културен феномен, защото нейната икономическа политика и бизнес стратегия са силно свързани не само със стопанското развитие на селото и региона, но и с популяризирането на културата и миналото на Родопите, като се представят и съхраняват технологии на „традиционното“ производство (Барова 2018 : 199 — 223).

<sup>12</sup> Този документ, озаглавен „Бъдеще за Смилян“ 2001 — 2022, ми беше предоставен от Илия Годев, секретар на читалището на селото на 18 август 2022 г. — бел. а.

<sup>13</sup> Пак там.

тически местности и културни обекти чрез създаването на система за взаимно популяризиране сред посетителите на региона, посредством предприемане на съвместна рекламна кампания. По-съществената част на тази концепция е свързана с разработването и реализирането на план за действие, който да позиционира смилянския фасул като разпознаваем за селищата от горното поречие на река Арда, за да се осигури по-голям интерес от посетители и консуматори на тази култура и съответно да стимулира нейния производствен процес. Предприетите стъпки в тази посока са привличане на научна експертиза, която да оцени биологичните и стопански качества на отглеждания продукт; да се кандидатства в Патентното ведомство и да се регистрира защитена марка „смилянски фасул“; да се организира „рекламно“ събитие като част от празничния календар на село Смилян с идеята то да стане ежегодно и по този начин да се улеснят директните продажби на частните производители; да се привлекат допълнително туристи; да се създаде място в читалището, където да се представя местната история на селото и региона, традиционния начин на живот, като акцентът вече да е поставен върху отглеждането на смилянския фасул, традиционните ястия с фасул и фолклор, отново свързан с „тази спицифична местна култура“.

Последната точка от плана е свързана с новаторската визия да се включи селото и промотираната култура към национални и международни мрежи, популяризиращи продукти, произведени по традиционен начин и чрез щадене на природните ресурси.<sup>14</sup> Всички тези дейности са изпълнени за десетилетие и във втория заложен етап (2012 – 2022), където целите са свързани с надграждане на вече реализираното и са насочени предимно към подобряване на услугите в региона, определящи качеството на живот на местните жители, осъвременяване на селищната и туристическа инфраструктура, повишаване на себестойността на предлагания продукт, поддържане на изградения имидж на „смилянския фасул“ и защитата му от нелоялна конкуренция, и заедно с това опазване на природните богатства на планината Родопи.

Успешно реализираната концепция „Бъдеще за Смилян“ 2001 – 2022 г. превръща смилянския фасул от традиционно отглеждано растение с периферни за изхранването на домакинството функции в миналото в изцяло нов постмодерен културен продукт, важна част от осмислянето и презентирането на съвременната локална идентичност на общността. Обживяването на наследството преминава през оптимизиране и културно остойностяване на наличните локални ре-

<sup>14</sup> От Концепцията научаваме, че през 2007 г. смилянският фасул е включен в Световната съкровищница на вкусовете (Ark of Tastes) на движението Slow food.

сурси, каквито са природата (специфичният климат по горното течение на р. Арда), територията (планината Родопи), запазеният до наши дни начин на култивиране, народната култура, характерна за региона (фолклор и кулинария) и развитието на вече съществуващата туристическа инфраструктура и услуги. По този начин културно-историческото наследство, приемано предимно като връзка с миналото и предците, се превръща в активна категория, която не само подхранва динамиката на развитие на локалните общности, но им придава и символна стойност и устойчивост.

Празникът на Смилянския фасул се превръща в централно събитие за селото и региона и това по естествен начин предполага надграждане и с други традиционни практики и важни събития за колективния живот на общността. Пример за това е организирането от няколко години на общоселски курбан в деня на провеждането на фестивала. Идеята е на сегашния кмет Чавдар Червенков (към 2022 г. вече втори мандат), според него даването на курбан за здраве и бекет е част от културата на региона и поради тази причина някак естествено идва идеята празниците да станат две в едно, да се допълнят, *„защото другите села го правят, а не е нормално най-голямото село в района да няма курбан... и така се реши“*.<sup>15</sup> В религиозната традиция на населението в Родопите курбанът за здраве, за помен или за отбелязване на важно за населеното място събитие, е характерен и за двете разпространени в региона конфесии — християнство и ислям. Словата натовареност на действието е ясна — дори и в съвременен контекст хората търсят варианти за обезпечаване на своето благополучие чрез традиционно признати практики и внушения. „Даването на курбан“, в случая общоселищен, е пример за препотвърждаването на обществено споделени ценности, свързани не толкова с конкретна религиозна норма, колкото с изграждането или поддържането на локалната идентичност на хората. Това е и причината цялото действие около подготовката и осъществяването му да се възприема и осмисля като колективно дело.

Осигуряването на продуктите е изцяло от дарителство — както месото, така и фасула, който традиционно се поднася на гостите по време на целия фестивал още от началото на неговото организиране

<sup>15</sup> В миналото общоселският курбан се е правел в една определена местност и на определена дата, но ливадите, където се организира, се продават през 2011 г. и за известен период Смилян остава без общоселски курбан. Хората от кметската администрация решават, че най-подходящият ден за курбан е заедно с празника на фасула (Разговор с Чавдар Червенков, проведен на 30 август 2021 г.). Така жертвената храна ще стигне до повече хора, които идват за празника, а актът на даряване ще бъде максимално изпълнен. Ако остане храна от курбана, се организира раздаване по къщите. — бел. а.



като кулинарен празник. Курбанното месо се опява и от местния свещеник, и от ходжата, но не заедно, а поотделно. Така сакралността на жертвоприношението е спазена, а пригответената храна се осмисля като благодарствена жертва към Бога, акт, с който се гарантира изобилието от блага, богата реколта и благополучие за колектива (Благоев 2004: 223 – 225).<sup>16</sup> Въпреки това, инициативата и цялата реализация не е на религиозните институции, а пада върху плещите на служителите в кметството и различни доброволци – от избора на място до подготовката и дейностите, свързани със сервиране и почистване. При нашето посещение на празника на фасула организацията беше впечатляваща и изхранването на непрестанния човешки поток ставаше бързо. Желаящите влизаха в осигуреното помещение, веднага бяха упътвани към свободни маси, където им се сервираше курбан (телешко месо с ориз), боб чорба, хляб, люта чушка, безалкохолна напитка и вафла като десерт. По данни на Сийка Кехайова-Чекракчиева, работеща в кметството, около 6000 души са минали през трапезата през 2019 г. Бройката е засечена по броя вафли, които са били поръчани и раздадени по време на храненето. Посетителите са хора не само от околните селища и гости на фестивала, но и организирани пенсионерски клубове от цяла България, които идват със собствен транспорт. След обяда хората имат свободно време, през което да послушат изпълнителите от фолклорната програма или да разгледат и напазаруват от предлаганата продукция по щандовете на местните производители. И двете религиозни общности в селото (християни и мюсюлмани) участват в организацията на курбана, защото акцентът е поставен не толкова върху религиозната традиция, а върху спецификата на локалната им (родопска) култура и идентичност, разглеждана през призмата на традиционния институт на даряването за добруването на колектива. Една вековно разпространена практика сред населението на Родопите, която след промените от 1989 година до днес преживява истински бум, поради социалните и икономически специфики на региона (Коцева 2020: 70 – 88).

От изложеното става ясно, че за дваисетгодишното си съществуване Празникът на Смилянския фасул си е извоювал авторитетно място не само в регионалния, но и в националния културен календар, а произведената продукция с търговското наименование „Смилянски фасул“ е разпознаваема и търсена стока, която добива своя престиж в две направления.<sup>17</sup> От една страна това е високата цена, която се

<sup>16</sup> Служителката в кметството ми заяви, че откакто се прави курбан в района на селото не падат градушки, които могат да съсипят реколтата от фасул и останалата земеделска продукция. (разговорът е проведен на 31 август 2020 г.)

<sup>17</sup> През 2019 г. село Смилян е поканено от представители на търговската марка „Село Житница“ да участва в първия Събор на боба с наденицата. Много

поддържа, поради невъзможността за механично увеличаване на добивите, произтичащи от начина на отглеждане и непредвидимите атмосферни условия. Немаловажно е и разпространеното и наложило се твърдение, че вкусовите качества на смилянския фасул се дължат на спецификите на почвата и климата по поречието на река Арда, които не могат да се повторят на друго място. Това предполага лимит на добитата продукция от региона, поради оптимизирането на вече съществуващото пространство.<sup>18</sup> От друга страна, смилянският фасул е успял да си извоюва трайно място като био продукт и екологично чиста храна, а това води до обвързването му с различни международни и национални проекти и организации за развитие на потенциала на местните храни и подпомагането на регионалните микроикономики за произвеждането на натурални продукти, като вече споменатото авторитетно движение Slow Food<sup>19</sup>, фондация „Localfood.bg“<sup>20</sup>

шумно рекламирано събитие с участието на известни имена като шеф Андре Токев, певицата Деси Добрева и прочие. Съборът се състои в с. Житница, а смилянчани е трябвало да осигурят необходимото количество фасул за рекламираната гозба. По личното мнение на кмета на с. Смилян и наблюдения на членове на екипа на проект „Кулинарни традиции и културно-историческо наследство в малки населени места“ организацията е била много слаба и организаторите не са могли да се справят с големия поток от хора, което е причинило хаос, задръствания и неприятни изживявания.

<sup>18</sup> Подобни уверения срещнах както от моите респонденти, така и в различните медийни публикации: „Разликата между китайския и смилянския боб за незапазнат човек не е очевидна, но щом дойде моментът за готвене и ядене, бързо се разбира дали е български, или не. Вкусовите качества на смилянския фасул са известни у нас и в чужбина. Те са резултат от специфичните климатични и почвени условия по поречието на река Арда, в района на село Смилян“ – [https://brat-bg.com/bg/interesting/bg-incognita/tipical-balkan/country-tours/9976-kak-da-si-kupim-istinski-smilyanski-bob?fbclid=IwAR2bcpN6oNAUWN2LI2dSFaAxhfZ5pJitaL\\_D\\_GYPLsCDNG-n5jC9Qc1gQLc](https://brat-bg.com/bg/interesting/bg-incognita/tipical-balkan/country-tours/9976-kak-da-si-kupim-istinski-smilyanski-bob?fbclid=IwAR2bcpN6oNAUWN2LI2dSFaAxhfZ5pJitaL_D_GYPLsCDNG-n5jC9Qc1gQLc), посетен на 22.11.2022 г.

<sup>19</sup> Благодарение на партньорството си със Slow food България смилянският фасул има възможност да получи международно признание и популярност. Включването му в различни инициативи на движението като изложението Terra Madre или Slow Beans го утвърждава като качествена и екологична храна, чието производство трябва да бъде защитено и подпомагано. Отвъд регионалното си стопанско значение смилянският фасул успешно се включва в европейски устойчиви хранителни политики, които имат все по-авторитетно влияние и върху икономическите стратегии за местно развитие. Създаденият Конвивиум „Смилянски фасул“ има за цел да създаде мрежа на общностите в Родопите, пазители на местните бобови форми. – бел. а.

<sup>20</sup> Фондация „Local Food“ се занимава с организиране на фермерски пазари и развива проекти, ориентирани към подобяване на бизнес и икономическата среда за малките регионални производители. Поддържа и проекта

или партньорството със софийския гурме ресторант „Космос“ и лабораторията за ферментирани продукти So Ferments.<sup>21</sup> Всички те стъпват на набиращата популярност през последните години тенденция българското село да се разглежда като място, където човек може да се върне към природата, натуралната храна и съответно към здравословния начин на живот. Това е свързано с желанието за запазване на традиционните вкусове и технологии, тяхното популяризиране или обогатяване, доразвиване и експлоатиране с цел да се задоволят съвременните консуматорски интереси и да се даде регионален отговор на глобалните екологични политики за производството на храна и щаденето на природните ресурси.

Смилянският фасул и като продукт, и като технология на производство отговаря на зададените критерии и това допълнително му придава стойност и популярност, която надгражда вече придобитата слава на храна със съхранени автентични вкусови качества и запазена търговска марка с гаранция за качество. Еко-био тенденцията отговаря на съвременните търсения на гастролокализма, разбиранията за гурме кухня и постмодерните хранителни практики (Handbook 2016). Така съчетаването на традиционни продукти със съвременни кулинарни практики е един от възможните пътища за съхраняване, подпомагане и обживяване на кулинарните регионални традиции. В тази насока ресторант „Космос“ от няколко години успешно се отличава с комбинирането на различни регионални продукти и смесването на техните уникални вкусове в приготвянето на гурме меню, което от една страна трябва да е свързано с традиционни и разпознаваеми храни като качамак, къпоолу, съндермьо<sup>22</sup>, но от друга – да предложи съвсем ново вкусово и сетивно изживяване на своите клиенти в рамките на висшата кулинария. В презентирането на ястията в менюто на ресторанта подробно е назована конкретната географска локация на продуктите смилянско сирене, смилянски фасул, зрял овчи кашкавал от село Борино, опушена царевица от село Ягодина, зелено сирене от Черни Вит и пр. Така се отправя ясното послание към кли-

---

„Пендара на село“, чрез който популяризира гастрономическия селски туризъм в България. – бел. а.

<sup>21</sup> Ресторант „Космос“ е известен софийски ресторант, който разработва концепцията „единение“ – възраждане на забравени български продукти и рецепти с дълбоки корени в българската народна кулинария“. За повече информация виж: <https://www.facebook.com/cosmos.restaurant.sofia/posts/4254469614606312>, посетен на 11.11.2022 г.

<sup>22</sup> Изписва се още и като синдермьо, според Васил Дечов ястието представлява бито сирене и масло, към които, щом заврят, се прибавят сол и царевично брашно, в региона на Родопите го наричат още „ушмар“ или „бял мъж“ – бел. а.

ентите, че регионалният произход е гаранция за качеството на хранителния продукт. На основата на смилянския фасул чрез процеса на ферментация са разработени сос и мисо паста, които се използват за овкусяването на различни видове салати, супи и пр. Притотвят се и непознати за българската кухня ястия като „темпе яхния от смилянски фасул“.<sup>23</sup> Търсенето на подчертано авторски прочит при използването на традиционни продукти е запазената марка на екипа от майстори готвачи, които възприемат работата си като мисия не само за ревитализирането на традиционните вкусове и продукти, но и за провокиране на траен интерес към тяхното съвременно производство и популяризиране в елитарното готварско изкуството. Кулинарното наследство е остойностено през призмата на световните тенденции във висшата кулинария, за да отговори както на модерните консуматорски практики, така и на потребността от изграждане на разпознаваема идентичност, било тя регионална или национална.<sup>24</sup> Ресторантът предлага и тематично родопско меню, където отново познати и характерни за региона ястия са получили гурме прочит и презентация.<sup>25</sup> На сайта на ресторанта към момента няма представяне на друго регионално меню, което навежда на мисълта, че Родопите са си извоювали трайно място на елитна гастролокация. Във фейсбук страницата на ресторанта периодично се публикува информация за кулинарни пътешествия из България в търсенето на автентични вкусове и технологии при производството и приготвянето на традиционни храни. Именно така се осъществява контактът със с. Смилян през 2021 г. и започва едно ползотворно сътрудничество за двете страни. Възниква идеята на локално ниво (в с. Смилян) да се разработят гурме меню и нови презентации на познатите традиционни храни и така да се привличат нови клиенти с отношение към хубавата храна и гурме изживяването. Поради ред причини откликва само един от популя-

<sup>23</sup> Става въпрос за търговски продукти от серията So Ferments, разработена от шеф готвач Антон Васев. Темпе е традиционна индонезийска храна, направена чрез контролирана ферментация на сварени бобови култури с благородна плесен. В процеса на ферментацията гъбичните спори издърпват бобовата маса и я втвърдяват. Поради твърдата си компактна консистенция, има безброй приложения в кухнята и се използва като вегетарианска и веган алтернатива на месо в различни ястия. — бел. а.

<sup>24</sup> От информация в сайта на ресторанта става ясно, че екипът на ресторант „Космос“ е бил поканен в известен испански ресторант, носител на престижната звезда на Мишлен, най-голямото кулинарно признание в гурме кухнята. Менюто, което подготвят и презентират Владислав Пенев и Антон Васев, е съставено от български традиционни продукти, а смилянският фасул участва в две ястия — „лиофилизиран смилянски фасул с Петрохан“ и „овче сирене със сладък (карамелизиран) смилянски фасул“. (бел. а.)

<sup>25</sup> <https://cosmosbg.com/bg/news/rodopska-vecera/> посетен на 17.10.2022 г.

ните ресторанти в селото и подобни пилотни вечери се организират през февруари 2022 г. Според разказа на Илия Годев, един от основните инициатори на тези вечери, кувертите са продават за по-малко от седмица, като основният интерес е не на хора от селото, а от други населени места – Пампорово, Пловдив, Девин, Златоград. Идеята е да се убедят местните ресторантьори, че иновациите в традиционната кухня могат да намерят пазар и интерес извън установените рамки. Така, посредством новия прочит на локалните кулинарни традиции, успешно да се популяризират село Смилян и региона като елитна туристическа дестинация и престижна гастролокация. Точно преди финала на този текст и юбилейното двадесето издание на Празника на Смилянския фасул един от местните ресторанти усилено започна да рекламира новото си шестстепенно дегустационно меню „родопска кухня“. Идеята е то да се предлага постоянно, но след предварителна резервация. Слоганът на рекламната кампания в социалните мрежи е повече от показателен: *„Традициите са като корените – държат ни здраво там, където принадлежим. Те са част от нашия живот и както ние се променяме, така и традициите се развиват, отразявайки промените в живота на хората“*.<sup>26</sup>

Всички тези действия по налагането и популяризирането на смилянския фасул се вписват в една все по-видима тенденция, поставяща знак за равенство между автентично и екологично, което, от своя страна, придава допълнителна престижност и допринася за неговото устойчиво „брандиране“.<sup>27</sup> Това е възможност да се гарантира стабилно развитие не само на продукта, но и на хората (общността), които го произвеждат, а оттам и на целия комплекс от дейности като организиране на събор, развитие на културен и селски туризъм, съхраняване на традиции и селищна идентичност, стопански практики и подобряване на качеството на живот в населеното място.

И все пак за местните хора силите и действията на общността се обезсмислят и не са ефективни, ако зад целия този дългосрочен процес не застанат държавните институции и различни законодателни инициативи. Поне това показва опитът на Банко Кючуков, производител на фасул и собственик на аграрна аптека в селото, активен участник в обществения живот на Смилян. Според него държавата

<sup>26</sup> [https://www.facebook.com/permalink.php?story\\_fbid=pfbid0Arsn8aZmhTo342F6UkgMe3DQw42QUrddydBuыз5F2kQwBGLp3a4MRNuxgLCTGdDsTl&id=100012951340179](https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=pfbid0Arsn8aZmhTo342F6UkgMe3DQw42QUrddydBuыз5F2kQwBGLp3a4MRNuxgLCTGdDsTl&id=100012951340179), посетен на 18.11.2022 г.

<sup>27</sup> Брандиране или брандемия е наложил се термин за развитие на маркетингови стратегии, целта е позициониране и подобряване на имиджа на даден продукт или услуга, за да стане разпознаваема за потребителите. Виж: <https://bg.economy-pedia.com/11033758-brandemia-branding>, посетен на 17.10.2022 г.

трябва повече да защитава малките производители и да им създава условия за развитие и за бързо и лесно разпространение на произведения продукт до крайния потребител. От години той търси оптимални варианти, чрез които да се постигне добра симбиоза и все още смята, че липсва координация и дълбочина на решаването на проблемите предимно заради честата смяна на висши държавни чиновници като областни управители, министри и заместник министри. За него успешна политика е да има конкретни практики, които да се финансират от държавата, за да създадат чувството на стабилност в местните производители, които да усетят положителни икономически резултати от своята дейност.<sup>28</sup> Функционирането на единен държавен институт, опитна станция или привличането на специалисти, ангажирани с анализ по-конкретно на фасула и наличието на експертно мнение относно сортове, технологии и специфики, се прививда от него като важна помощ за малките производители, които зависят твърде много от климатичните промени. Възможността за селектиране на по-добри и устойчиви семена ще гарантира константни добиви и по-добра оптимизация на труда. Като агроном, производител и търговец, неговата визия за дълготраен и успешен модел е изцяло насочена към установяването на добри практики и адекватни наредби, както на регионално, така и на национално ниво. Самият той признава, че няма „голедец“ (висш чиновник – бел. а.), от който да не е поискал помощ, за да се случват нещата. Различните европейски програми и стратегии като например „от фермата до трапезата“<sup>29</sup> все още чакат адекватно синхронизиране на европейско и българско законодателство като например предстоящото приемане от Министерството на земеделието на Наредба за специфичните изисквания за производството на малки количества храни в домашни условия. Нейната цел е да направи тези продукти контролирани, но и по-видими и желани на българската трапеза.<sup>30</sup> Предстои и кампания, чрез която ще се разяснява как да се кандидатства по европейските схеми за географско

<sup>28</sup> Разговор с Банко Кючуков, проведен на 18 август 2022 г. в с. Смилян

<sup>29</sup> „От фермата до трапезата“ е стратегия на ЕС за създаване на устойчиви хранителни вериги с цел да се защити природата, да се осигурят здравословни храни и да се подкрепят земеделските стопани. Виж: <https://www.europarl.europa.eu/news/bg/headlines/society/20200519STO79425/ot-fermata-do-trapezata-strateghiata-na-es-za-ustoychivi-khranitelni-verighi>, посетен на 22.12.2022 г.

<sup>30</sup> В разговора, който проведохме с г-н Кючуков надеждата му за положително развитие в този сектор беше свързана именно с компетенциите на зам. министъра на земеделието Георги Събев, назначен от служебното правителство на Стефан Янев. С името му се свързват различни нормативни инициативи за създаването на устойчива общоевропейска селскостопанска политика – <https://www.bgfermer.bg/Article/12806564>, посетен на 22.12.2022 г.

означение, за да може смилянският фасул да получи регистрация на защитено наименование на европейско ниво. Процедурата изисква сериозна подготовка, свързана не само с попълване на формуляри, но и с добра комуникация между различните институции, етнографски, исторически и архивни проучвания за производството в региона, прецизна биохимична експертиза, но и най-важното – сдружаване на всички дребни производители в района. Това неминуемо ще покаже устойчивостта на локалната общност и ще помогне на хората от Смилян при следващия етап от изпълнението на концепцията „Бъдеще за Смилян 2001 – 2022“, свързана с популяризирането на смилянския фасул и региона на общоевропейско ниво и създаване на условия за подобряването на качеството на живот в населеното място. Организирането и наличието на празника на смилянския фасул е една от нишките, чрез които селата от горното течение на река Арда имат възможност да препотвърждават своето чувство за общност с общи цели и мироглед.

Индивидуалните усилия на Банко Кючуков в момента са насочени към организирането на дългосрочен фермерски пазар в град Смолян. Веднъж в месеца зад сградата на общината вече се организира такъв. Общината е осигурила терен, изградила е щандове и рекламира тази инициатива, за да може хората от града и региона да свикнат с това събитие и да започнат да набавят оттам своите необходими хранителни продукти. Перспективата е при наличие на интерес пазарът да се организира два пъти в седмицата и да се привлекат малки производители от целия регион, които директно да продават своята продукция. Така ще се премахне елементът на посредничество, видимо оскъпяващо търговската стойност на храните, а прекият контакт между производител и клиент ще се изгради на базата на доверие, познаване и уважение, което е в основата на устойчивите взаимоотношения и връзки при развитието на микропроизводителите.

Местната общност в Смилян, чрез ангажирането на материални и символни ресурси, е извървяла дълъг път, за да може празникът на смилянския фасул да се превърне в значимо събитие не само в културен, но и в социален и икономически аспект за хората от селото и региона. Всъщност това са целите на почти всички фестивали и кулинарни празници, които търсят възможност да устоят на предизвикателствата на новото време и да постигнат дълготраен ефект върху развитието на малките общности и селища, където се организират. Заинтересуваните страни в родопското село правилно са усетили, че освен популяризирането на определен продукт чрез еднократно ежегоден събитие, е необходимо около него да се развие цялостна икономическа, туристическа и екологична инфраструктура. Тя следва да осигури място на смилянския фасул в разпространените напоследък

глобални тенденции, свързани с възраждането на традиционни технологии и продукти, чрез щадящото използване на природни ресурси и модерни гастрономически похвати. Въпреки Ковид пандемията и драстичното прекъсване на всякакви публични прояви през 2020 и 2021 г., Празникът на Смилянския фасул и местната общност успява да се възстановят и мобилизират и през 2022 г. се организира неговото юбилейно ХХ-то издание.

За разлика от него Фестивалът на киселото мляко в с. Момчиловци, вече трета година не се провежда. Момчиловци е населено място отново в Централните Родопи на 20 км от гр. Смолян. То е и своеобразен ветеран в селския туризъм още от времето на социализма, селище с богата история и съхранени традиции (Канев 1975; Дечов 1903). Идеята за фестивал на киселото мляко възниква след 2008 г., когато към природните дадености и дългогодишната слава на селището като място с най-много дълголетници в България, проявява интерес голяма фирма за производство на храни от Китай. Компанията Bright Dairy е водещ производител на млечни продукти в Шанхай и избира наименованието на селото за своя марка млечни продукти, които се радват на огромен търговски успех в многомилionenната държава. През годините фирмата, в партньорство с Българския център за развитие, инвестиции и туризъм в Китай, инвестира в редица икономически и културни дейности в населеното място. Първият фестивал е проведен през 2015 г., стартирано е изграждане на демонстрационен център – мандра, обновена е сградата на местния музей, създадена е нова експозиция, с акцент върху производството на кисело мляко в района и връзките на Момчиловци с Китай.<sup>31</sup> На фестивала на киселото мляко обикновено присъстват гости и туристи от Китай, налично е изложение на местни производители, които предлагат продукцията си, организира се демонстрация по заквасването на кисело мляко, производство на домашно кисело мляко и други млечни продукти, на правене на пататник и родопско чевърме. Забавната част от фестивала е свързана с богата фолклорна програма, тематични конкурси – игри за малки и големи, както и с престижния конкурс мис „Родопи – Кралица на киселото мляко“. Победителката става рекламно лице на китайската марка за млечни продукти „Момчиловци“.<sup>32</sup> Интересът на китайските инвеститори към региона, акцентирането върху спецификите на неговата природа, климатични особености и качеството

<sup>31</sup> Сбирката няма статут на музей, а е регистрирана като Обща историческа обществена колекция към читалище „Светлина 1925 г.“, с. Момчиловци – бел. а

<sup>32</sup> Конкурсът за красота е организиран от престижната модна агенция „Визаж“, медийно е широко отразен. Той придава нетипичен светски блясък на събитието, защото е свързан със сложна организация и финанси. – бел. а.



на приготвяните храни повишават символната стойност на населеното място и въпреки че на българския пазар няма млечни продукти с подобна марка, издигат статута на село Момчиловци като желана туристическа дестинация и място, където могат да се опитат натурални, *чисти, автентични* продукти и традиционни ястия.<sup>33</sup>

За съжаление Ковид пандемията вече трета година не позволява провеждането на фестивала поради невъзможността китайските партньори да присъстват и вземат участие, предвид ограниченията за разпространение на вируса и придвижване на хората, наложени в световен мащаб. Притеснителен е и друг факт – производителите на мляко в района са подложени на натиск поради сложните процедури по регламентиране на пасища, сертифициране на животновъдни ферми, отговаряне на общоевропейски регламенти, наредби и схеми за субсидиране, тенденции, наблюдавани и в други региони на България (Петров 2018: 19 – 32). Трудностите, които преживяват малките стопани и частни ферми, допълнително ограничават тяхното желание да се развият или дори водят до отказ от отглеждането на животни, тенденция, поради която няколко мои събеседници тъжно констатираха, че *„Момчиловци прави фестивал на киселото мляко, ама нямат крави“*. Ненавременната кончина на един от големите местни животновъди през 2022 г. добавя още повече неяснота относно съдбата на киселото мляко, фестивалът и усилията на местните политики за подпомагане на малките производители. Производството и консумирането на млечни продукти е отличително не само за региона, но и за цялата Родопска планина и обвързването му с конкретното място, природа, климат, здравословен начин на живот и добра храна е показателен, че зад един продукт са мобилизирани символни и материални ресурси, които създават не само неговия облик, но и цялостния имидж на региона. Прекъсването на фестивала засега не засяга туристическия поток и интерес към селото, но определено се отразява негативно на местната икономика и малките производители, за които събитието е шанс да реализират допълнителни доходи. Времето, усилията и мотивацията на заинтересуваните страни ще покажат дали село Момчиловци ще успее да съхрани изграденото до този момент валоризиране на своите кулинарни традиции и културно-историческо наследство и ще се справи с икономическите предизвикателства.

Храната е легитимиращ фактор и отличителен елемент не само в регионалната, но и в религиозната принадлежност и фестивалът *„Фършанги“* в село Бърдарски геран е пример за това. В селото живеят само католици от т.нар. банатски българи, които в края на XIX век се заселват в България от земите на Австро-Унгария. През вековете те ус-

<sup>33</sup> Повече за фестивала и културното остойностяване на продукта кисело мляко виж статията на Ивайло Марков в настоящия сборник (бел. а.).

паят да съчетаят българската си етническа принадлежност със западно-християнската си конфесия, която силно е повлияла върху народната им култура (Нягулов 1999). Премествайки се в България в края на XIX в., те успяват да съхранят и до днес своите празници и свързаните с тях кулинарни традиции. Фестивалът Фършанги (от немската дума Fasching) представлява тридневно карнавално веселие преди Великия пост. Съвременното му празнуване в село Бърдарски геран се характеризира с маскарадно шествие, хумористичен концерт, базар на занаятчийски стоки, домашно приготвени храни и типични банатски месни специалитети, характерни само за българските католици като „кълбасъ“ (вид наденица), пушена сланина, свински бут и др.<sup>34</sup> Основен двигател и организатор на празника е читалището на селото и създаденият към него етнографски музей „Къща на банатския бит“. Музеят представлява стара банатска къща, в която стаите са превърнати в изложбена площ, но същевременно част от него функционира като производствено помещение, където се опушва кълбасът, свинският бут и сланината, предлагаща се на празника под етикета „Банатска соба“. Читалищните служители поддържат и щанд, който през 2022 г. се радваше на завиден посетителски интерес и беше най-добре зареденият по време на празника. Местните продукти, които се предлагат, са от прасета, отглеждани в селото. През зимния период, месец преди празника, месото е обработено, опушено и пакетирано. Надписът върху етикета гласи, че това е „Натурално биологично чист продукт, добит по стара банатска технология“. Отделно в музея се предлагат още собствено производство вино, ракия и тестени изделия, всички снабдени с етикети и добре опаковани. Освен продуктите от „Банатска соба“ само още двама местни производители предлагаха домашно произведени храни и само един щанд с местния специалитет *пращна кълбасъ* за директна консумация, която бързо се изчерпи и многобройните посетители трябваше да се задоволят с обичайната за този род събития скара от кебапчета и кюфтета. В селото няма възможности за настаняване, нито ресторанти. Участниците и посетителите на Фършангите бяха организирани от другите католически общности от Северна България. Немалко гости имаше и от съседния град Бяла Слатина, както и такива, отседнали при роднини или в родни къщи в селото. Интересът и посещаемостта на празника беше впечатляващ, въпреки зимния сезон (в зависимост от разположението на Великден, началото на поста се пада винаги февруари–март) и липсата на туристическа инфраструктура. Карнавалното преяждане с месо като подготовка за постните дни е западноевропейска практи-

<sup>34</sup> Срещат се различни произнасяния на тази дума като колбъсъ, кълбъсъ и пр. аз ще се придържам към начина, по който я изричат хората от с. Бърдарски геран – бел. а.

ка, съхранена и до днес. Това предполага, че кулинарните традиции, пренесени от банатските българи, също са важен акцент в цялостния облик на организираното събитие. Свинското месо и продукти са сред най-консумираните храни от цялото българско население и интересът към направените в Бърдарски геран наденица, бут, сланина и пр. ще продължава да нараства, особено ако са приготвени по автентични рецепти и технологии, и носят спецификата на кухнята на българите католици. Немаловажен е и фактът, че жителите на селото имат собствена рецепта за приготвянето на кълбасъта, която се пази ревниво. Екипът на читалището показва впечатляваща креативност и професионализъм при организирането на празника и продуктите, но въпросът дали може да привлече повече местни хора, които да отглеждат прасета в домашни условия и да подготвят продукцията, която да предлагат за фършангите, остава висящ. В селото са започнали процеси на трайно обезлюдяване и постоянна и необратима миграция към големите градове в региона. В близост няма природни и туристически забележителности, няма много места за настаняване като хотели и къщи за гости, което автоматично го изключва от предпочитаните туристически маршрути, въпреки интересната история на селото и все още частично запазената специфична архитектура на банатските къщи. Не на последно място е и очевидният факт, че приготвяните месни продукти не могат да се впишат в наложената напоследък здравословна парадигма на традиционните храни, въпреки екологичния си произход и автентична технология на приготвяне. Това поставя кълбасъта далеч от интересите на различните неправителствени организации и движения, свързани с популяризиране на селския здравословен начин на живот. Дали празникът ще успее да развие своя кулинарен потенциал или ще продължи да функционира като събитие, което обслужва локалната и религиозната идентичност на хората от Бърдарски геран, зависи както от мобилизацията на общността, така и от регионалните културни политики за местно развитие и желанието да се помогне на микропроизводителите на домашни храни. По данни на Петя Мойзес-Бобойчева, секретар на читалището в селото, посещаемостта на Фършангите нараства с всяка година и за миналата (2021 г.) броят на посетителите е бил около 4000 души от околността и другите католически села в Северна България. Тази цифра показва сериозен интерес към празника и следователно открива възможност да се работи за неговото по-широко популяризиране, обогатяване на кулинарния асортимент и евентуално увеличаване на производството и предлагането на домашни продукти от селото и региона. От десет години вече съществува кулинарен фестивал „Банатски вкусотици – традициите на моето село“, осъществяван в никополското с. Асеново. Неговото провеждане е през месец август

всяка година и също се радва на голямо посещение, което показва, че има утвърден интерес към кухнята и традициите на българските католици. Храната е видимият, разпознаваем и добре приет идентичностен маркер за тази общност и това е потенциал, който може още повече ефективно да се използва, предвид вече разгледаните тенденции. Организирането на Фършангите през зимния период, когато има естествен и подчертан интерес към консумацията на обработени кулинарни специалитети от свинско месо, е специфична ниша, която хората от Бърдарски геран могат успешно да развиват и експлоатират. Празничното събитие е свързано и с презентиране на съхранената традиционна банатска култура посредством фолклора, облеклото и архитектурата. Следователно съществуването и развитието на фестивала е важен компонент за устойчивостта на общността в бъдеще.

\* \* \*

Преоткриването на традиционните храни като важна част от културно-историческото наследство преминава през различни интерпретации и през осъществяването на разнообразни културни и икономически политики на местно и национално ниво. При целия този процес регионалната специфика по линия на природни дадености, минало и поминъчна дейност, традиции, стопански и културен потенциал, се явява стратегически ресурс за развитие и устойчивост на местните общности, а това пряко резонира върху изграждането и договарянето на тяхната съвременна идентичност. Нещо повече, остойностяването на наследството през призмата на кулинарните традиции води до мобилизация и инициране на различни дейности, които надскачат регионалното и задават общоевропейски съвременни тенденции като представяне на традиционните хранителни продукти и ястия като натурални, екологични и свързани с актуалния към днешна дата природосъобразен начин на живот. Придадената по този начин ценност се поддържа както от желанието регионалният продукт да придобие известност извън границите на България, така и от усилията да се защити като марка или наименование, за да се осигурят условия за неговото отглеждане или приготвяне и в бъдеще. Разглеждането на традиционната кулинария през различни екологични концепции е тенденция, при която традицията става активна, стойностна, престижна, а това ѝ отрежда значима роля в изграждането на съвременната национална идентичност и присъщото ѝ търсене на общовалидни символи и репрезентации, разпознаваеми и приемани от цялото българско общество.

През последните години кулинарните фестивали и празници са все по-популярни и търсени като възможност за представяне на локал-

на култура, местен фолклор и културен туризъм, но и за апробиране на икономическо предприемачество и иновативни микро бизнес-модели, които да подпомагат малките и средни регионални производители. И не на последно място, нещо, което много ясно се вижда на терен — кулинарните традиции и осъществените около тях активности сплотяват общността, имат положителен ефект върху предаването и съхраняването на колективната памет и заздравяването на връзките между поколенията. Това може да бъде основа за преодоляването на актуалните демографски предизвикателства, особено в малките населени места. За хората, ангажирани с различните дейности, не става въпрос само за съхраняването на едно традиционно производство, даден продукт, организирането на един празник или спасяването на туристическия сезон. Чрез своите действия те търсят устойчиви линии за изграждането на цялостна визия за положителното развитие на тяхната общност и създаването на благоприятна среда за живот.

### Литература:

- Благоев, Г. 2004.** *Курбанът в традицията на българите мюсюлмани*. София, АИ „Проф. Марин Дринов“.
- Барова, В. 2018.** Гастростратегии на производителите на натурални млечни продукти (по примери от Ловешко и Смолянско). *Агрокултурни трансформации в условията на европеизация и глобализация*. София, ИК „Гутенберг“, 199 — 223.
- Бокова, И. 2022.** Културните наследства — между познание, съпреживяване и местно развитие. *Културни наследства, валоризиране на наследствата и местно развитие*. София, ИЕФЕМ-БАН, 7 — 42.
- Василева-Груева, П. 2022.** Традиция за употреба — концепцията за културно-историческо наследство и неговата публична презентация. — *Терени*, 2022, бр. 3.
- Ганева-Райчева, В., Н. Ненов. 2022.** Местни наследства, преосмисляне на културни ресурси. *Културни ресурси, валоризиране на наследствата и местно развитие*. София, ИЕФЕМ-БАН, 203 — 242.
- Дечев, Ст. 2022.** *Бобът и неговият път до „националното ястие“*. <https://www.svobodnaevropa.bg/a/32179963.html>
- Дечов, В. 1903.** Среднородопското овчарство, *СбНУ*, т. XIX, 1903.
- Етнография 1983.** *Етнография на България*, Том II, *Материална култура*. София, Изд. БАН.
- Коцева, В. 2020.** Даряване и дарителски практики в малки населени места в началото на XXI век (по примера на село Давидково, община Баните). *Спомен за село*, Коцева, В. (съст.), София, УИ „Св. Климент Охридски“, 70 — 88.

- Канев, К. 1975.** *Миналото на село Момчиловци, Смолянско, София.*
- Карамихова, М. 2020.** За традициите днес. *Градиво за изследване на традициите.* Карамихова, М. (съст.), Велико Търново, Фабер. 9 – 25.
- Лулева, А. 2019.** Традиция и ре/традиционализация: Калоферското мъжко хоро. *Етнологията в променящия се свят.* София, АИ „Проф. Марин Дринов“, под печат, статията е налична в [www.academica.edu](http://www.academica.edu)
- Марева, Т. 1995.** *Традиционна храна и хранене на населението в село Момчиловци, Смолянско.* Дипломна теза, София.
- Няголов, Б. 1999.** *Банатските българи.* София, Парадигма.
- Павлов, И. 2001.** *Присъствия на храненето по българските земи през XV – XIX век.* София, АИ „Проф. Марин Дринов“.
- Петров, П. 2018.** „Хич не ми трябва Европа, щом ще закриват мандрата и няма къде да си правя сиренето!“ За една пакостна нагласа. *Агро-културни трансформации в условията на европеизация и глобализация.* София, ИК „Гутенберг, 19 – 32.
- Сантова, М. 2014.** *Да уловиш неуловимото. Нематериално културно наследство.* София, АИ „Проф. Марин Дринов“.
- Стоилова, Е. 2021.** *Празници и фестивали на храните: валоризация на локалното кулинарно наследство.* Пловдив, ПУ „Пайсий Хилендарски“.
- Станчева, А. 2015.** „Slow Food“ движението в България – глобални принципи, локални проекции. *Балканите – език, история, култура*, 4, 136 – 142.
- Троева, Е. 2011.** Съвременни селищни празници в България. *Светът на българина през XX век.* Георгиева, Е., Н. Тодорова (съст.), 52 – 64, София.
- Mulcahy, J. 2017.** Exploring Scale and Boundaries in Food System Assessments. *Theses – ALL.* 142. <https://surface.syr.edu/thesis/142>.
- Montanari, M. 2006.** *Food is a Culture.* Columbia University Press, New York.
- The Handbook 2016.** *The Handbook of Food and Anthropology.* Edited by Jakob A. Klein and James L. Watson, Bloomsbury Academic, London.
- Grasseni, K. 2011.** Re-inventing food: Alpine cheese in the age of global heritage – *Anthropology of Food*, 8 <https://journals.openedition.org/aof/6819>

# КИСЕЛОТО МЛЯКО: ОТ НАЦИОНАЛНО КЪМ МЕСТНО НАСЛЕДСТВО. СРАВНИТЕЛНО ЕТНОЛОЖКО ИЗСЛЕДВАНЕ НА ПРАЗНИЦИТЕ НА КИСЕЛОТО МЛЯКО В РАЗГРАД, ТРЪН И МОМЧИЛОВЦИ

*Гл. ас. д-р Ивайло Марков,  
Институт по етнология и фолклористика  
с Етнографски музей –  
Българска академия на науките*

**Анотация:** Целта на статията е да проучи местната валоризация на един национално признат кулинарен символ – българското кисело мляко. Разгледани и сравнително анализирани са трите местни празника, посветени на киселото мляко, провеждащи се в градовете Разград и Трън и в с. Момчиловци. Преплитането на глобални тенденции, национални политики и местни инициативи предизвиква сходни, макар и не идентични, процеси на концептуализация и инструментализация на киселото мляко и на трите места като ресурс за (1) опазване и популяризиране на местната културна идентичност и наследство; (2) устойчиво развитие чрез разнообразяване на туристическия продукт; и (3) нови бизнес инициативи за част от местните жители.

**Ключови думи:** Кулинарни традиции, валоризация, фестивализация, гастролокализъм, местно развитие, културен туризъм.

**Abstract:** The aim of the article is to study the local valorisation of a national recognized culinary symbol: the Bulgarian yogurt. The three local food feasts, dedicated to yogurt, held in the towns of Razgrad and Tran, and in the village of Momchilovtsi, are examined and analysed in comparison. The interweaving of global tendencies, national policies and local initiatives causes similar, though not identical, processes of conceptualization and instrumentalisation of the yogurt, in all three places, as a resource for (1) preservation and promotion of local cultural identity and heritage; (2) sustainable development by diversifying the tourist product; and (3) new business initiatives for some of the local residents.

**Keywords:** Culinary traditions, valorisation, festivalisation, gastrolocalism, local development, cultural tourism.

**Въведение:**

Храните и технологиите на приготвянето им са сред онези елементи на културното наследство, които са натоварени със значим емоционален заряд. Наред с други елементи на културата (например облекло, архитектурни образци, обичаи) кулинарията като наследство често е конституирана в процесите на национално хомогенизиране – даден хранителен продукт и традицията на производството му могат да бъдат считани за типични и характерни за даден народ или етническа група. Нерядко обаче както продуктът, така и технологията за производството му не се побират в националните граници. Това има за резултат сблъсъци и конфликти между често съседни държави относно кулинарния „автентичен“ народностен първоизточник. В този контекст киселото мляко е не просто хранителен продукт, резултат от млечнокиселата ферментация на прясното мляко, то отдавна се е превърнало в един от националните български символи. Макар че подобни млечнокисели храни са познати в различни части на света и въпреки наличието на спор относно неговата „същинска“ идентичност (гръцка, турска или българска), киселото мляко е считано у нас за безспорно традиционен български продукт, отличаващ се не само по вкусовите, но и по здравословните си качества, превъзхождайки останалите подобни млечни продукти. То е сочено за елемент, присъстващ неизменно на трапезата, както и за важна част от хранителна диета на населението по българските земи от дълбока древност – произходът му се проследява назад до траките. Тези популярни исторически препратки намират място дори в публикациите на микробиолози и специалисти по млекопреработка от първата половина на XX в., та до ден днешен (вж. например Попдимитров 1938; Катранджиев 1962; Кондратенко 1985; Кондратенко, Симов 2003).

Етнографските текстове се фокусират най-вече върху традиционната, доиндустриална технология на производство на кисело мляко в домашни условия и на мястото му в хранителния режим на населението (Вакарелски 1974: 219 – 220; Маркова 2006). През последното десетилетие обаче се появиха етнологични изследвания, в които проучването и разбирането на социо-икономическите, политическите и културно-исторически процеси на превръщане на киселото мляко в емблематичен български продукт и в национален символ заемат централно място. Елица Стоилова например разкрива взаимовръзките, които съществуват между храна, култура, политика, икономика, наука и технологично развитие. Тя проследява в исторически план



как формирането на представата за киселото мляко като характерен български продукт е следствие от дейността на национални и международни социални актьори и наслагващи се политики по конструирането му (Stoilova 2014; Стоилова 2015). Б. Йотова насочва вниманието към процесите на брандиране на киселото мляко и начините, по които глобализацията и индустриализацията влияят, изследвайки пазарното концептуализиране на киселото мляко в България и Япония именно като български продукт (Йотова 2011; Yotova 2013a; Yotova 2013b).

В един по-ранен свой текст насочих вниманието към друг изследователски проблем, останал встрани от етнологичните интерпретации по темата – разпознаването и валоризацията на киселото мляко като местно културно наследство (Марков 2017). За целта се фокусирах върху това как то става важна част от културната история в община Трън благодарение на съхранената родова памет и активността на наследниците на родения в трънското село Студен извор д-р Стамен Григоров. Той е ученият, открил през 1905 г. станалата популярна като *лактобацилус булгарикус* бактерия, причиняваща млечнокиселата ферментация. В резултат на създадената от тях Фондация „Д-р Стамен Григоров“ и партньорството им с местната власт, киселото мляко като продукт бързо се превръща във важен ресурс за местно развитие в контекста на културния туризъм – през 2007 г. е създадена Музейна сбирка на българското кисело мляко и започва провеждането на Празник на киселото мляко. Освен това обаче в страната съществуват още две събития, посветени на киселото мляко – организираният в гр. Разград от 2002 г. насам „Панаир на киселото мляко и Фестивал на народните традиции и художествени занаяти“ и „Фестивал на киселото мляко“, който се провежда от 2015 г. в смолянското село Момчиловци.

Тази статия има за цел да продължи и надгради споменатото по-ранно изследване на процесите, чрез които киселото мляко бива остойностено и (ре)конструирано като елемент от местното културно наследство, при това без да бъде деконструирана неговата национална символност, защото именно тя, както ще видим, е в основата на придаването на местната значимост. В тази връзка тук предлагам сравнително изследване на трите споменати празнични събития, посветени на българското кисело мляко. Какво стои в основата на провеждането им? Кой са основните социални актьори, въввлечени в тези събития – както организатори, така и участници? Какви са конкретните елементи и дейности по време на празника? Какво е значението им за местните общности и поддържане на местна културна специфика и идентичност? Какви са мястото и ролята им в политиките за местно развитие? До какви социокултурни и икономически трансформации водят?

*Панаир на киселото мляко и Фестивал на народните традиции и художествени занаяти, гр. Разград*

Панаирът в Разград е най-ранен във времето — първото му издание се състои през 2002 г. Идеята за провеждане на значим културен фестивал с международни измерения с акцент върху българското кисело мляко, местните капански традиции и художествените занаяти е предложена от неправителствената организация Асоциация „Световно наследство“, ръководена от разградския интелектуалец Йосиф Иванов. В началото на новото хилядолетие със съдействието на местните власти и в контекста на процесите на европейска интеграция и стремежа за повишаване на атрактивността на града като туристическа дестинация, идеята е доразвита, като е разработен и спечелен европейски проект за реализиране на такова събитие. Партньори по проекта са Центърът за икономическо развитие, Съветът по туризъм (чийто председател по това време също е Йосиф Иванов) и Асоциация „Световно партньорство“ в Разград. В реализацията на проекта и осъществяването на събитието важно е и участието на Етнографския музей в града в лицето на дългогодишната му уредничка Даниела Ганчева.

Интересно е защо точно в Разград се ражда за първи път идеята за празнично събитие, посветено на българското кисело мляко? В репортаж от първото издание на мероприятиято, поместен в регионалния вестник „Екип 7“ (бр. 77/05 юли 2002 г.: 4) е отбелязано че всичко „тръгва от дългогодишната идея на Йосиф Иванов в Разград и Гецово<sup>1</sup> да се организира Панаир на киселото мляко, тъй като знайно е, че закваската „Бацилус Булгарикум“ се възпроизвежда в Гецово и от там тръгва за цял свят“. Какво всъщност стои зад тази съвсем кратка и неясна журналистическа вметка? Отговорът се крие в поддържането на спомена за бележити разградчани в местната културна история. Загадката започна да се разплита в разговор с Даниела Ганчева, дългогодишна уредничка на Етнографския музей в града. Тя сподели, че родом от Разград е известният и получил образованието си в Италия и Франция ветеринар Коста Катранджиев (1897 — 1972). В края на 30-те години на миналия век той е един от българските учени, които настояват за модернизация на млекодобивния и млекопреработвателния сектор в страната. Лабораторните анализи на киселите млека,

<sup>1</sup> До края на XIX в. селото се нарича Хасанлар, като през 1894 г., заради раждането на престолонаследника Борис III, е преименувано на Борисово. През 1948 г., след общоселско събрание, организирано от Селския комитет на Отечествения фронт и постановление на Министерски съвет, селото е преименувано на Гецово, по името на местния партизанин Гецо Неделчев Кънчев, загинал през 1944 г. (Иванов 2001: 15, 17).

произведени от столичните млекари, чиито резултати Катранджиев публикува, показват лошо качество на продукцията, заради ниската хигиена и некачествените закваски (Катранджиев 1940). В резултат на това е аргументирано въвеждането на стриктен санитарен контрол и употреба на чисти култури, т.е. лабораторно селектирани закваски за кисело мляко, в които се контролира съставът на културите и видът на микроорганизмите (Stoilova 2014: 94).

Той е автор и на монографията „Българското кисело мляко“, където в първата глава отбелязва, че „в различните краища на страната се обособяват села и мандри, прочути със своето превъзходно кисело мляко, търсено не само от близките до мястото на производството консуматори, но и от потребителите от по-далечни краища“. Спира се по-подробно на два примера — първият всъщност е производство на кисело мляко в разградското село Гецово, за което посочва, че е търсено не само в Разградско и Русенско, но дори и извън страната (вторият пример е родопското брано мляко) (Катранджиев 1962: 13 — 19). Качеството на прясното мляко от дребния и едър рогат добитък, отглеждан в селото, според него се дължи на тучната паша и добиваното сено, защото в околностите отсъстват кисели треви и хвощове. Подробно описана е и технологията на заквасване на млякото, която също е определяща. Изрично е подчертан и способът на подбор и подмладяване на закваската, както и това, че прясното мляко се сварява на пепел в бакърени калайдисани съдове (изпичане на млякото), в които, след като изстине до 46 — 48°C, става и самото подквасване. По думите на събеседничката, спомената по-горе, д-р Катранджиев още като студент във Франция прави изследвания, използвайки именно гецовско кисело мляко<sup>2</sup>, твърдение, което не можах да верифицирам и което твърде вероятно е реминисценция от биографията на друг учен — д-р Стамен Григоров, негов предшественик и фактически откривател на млечнокиселите бактерии, свързан по рождение обаче с Трънския край, както ще видим в следващия параграф. За работата и постиженията си К. Катранджиев е обявен за почетен гражданин на Разград през 1959 г.

Според събеседнички от споменатото с. Гецово, участнички в панаира на киселото мляко през 2015 г., единствено гецовлийки продавали кисело мляко в Разград, били ненадминати майсторки. Към това се добавя и твърдението им, че на третия ден след влизането в новия дом, всяка невеста в Гецово трябвало да закваси пред свекървата мляко и ако не се получело, я връщали на семейството ѝ, докато не се научи да кваси. Така вкусовите качества на гецовското кисело мляко

<sup>2</sup> Познато също и като Борисовско кисело мляко, по старото име на селото (виж бел. 1). През последните години започва да добива популярност и като капанско.

надминавали тези на млеката от други села: „Киселото мляко само в Гецово се прави. Бацилтът е от нас, защото има една чудодейна билка, баба тъй казваше. Ей тъй билка, като я пасат биволиците, млякото става много хубаво“. Коя точно е билката обаче никой от събеседниците не посочи. Същевременно беше направено подробно описание на технологията на заквасване на млякото, като и респондентките потвърдиха, че най-вкусно киселото мляко ставало при подквасване в калайдисан специален бакърен съд, както и в глинено гърненце. Според разказите на някои от събеседниците, свареното мляко се наливало отвисоко през дупка в тавана в бакърените менчета, което водело до образуване на дебел слой каймак и това допълнително съдействало за плътността на продукта. Подобни твърдения се откриват и в краеведческата литература (виж напр. Ризов 2008: 92), но този елемент от заквасването отсъства в описанието на Катранджиев. По-вероятно е да става дума за добавен любопитен нюанс, чрез който да се подсили усещането за уникалност. О.Д.<sup>3</sup> от с. Гецово спомена също така, че след това на млякото се подсвирква — своеобразно магично заклинание по думите ѝ, за да хване по-добре.

Според разказите, пазарът за кисело мляко се намирал в близост до джамията „Ибрахим паша“ и именно там най-често жени от с. Гецово изнасяли продукцията си.<sup>4</sup> По-нататък в разговора беше отбелязано и краткото разстояние между Гецово и Разград — ок. 5 км, като предпоставка за утвърждаване на селото като местен център за производство на кисело мляко — в началото на ХХ в. жените носели пеша менчетата на кобилица в „чолове“ по три от страна. Така местната капанска традиция от първата половина на ХХ в. по производство и продажба на кисело мляко от жителите на Гецово в комбинация с дейността на д-р Катранджиев, по произход разградчанин, са предпоставката за валоризирането на киселото мляко като важно местно наследство, което е в основата на идеята за провеждане на панаира. Тук не бива да пропускаме, че сред важните цели на събитието е и популяризирането на капанския фолклор и традиции, като наследени през вековете директно от „прабългарите“.<sup>5</sup> В този смисъл, ако ще

<sup>3</sup> Родена през 1940 г., с. Гецово, пенсионирана учителка, ангажирана със самодейност в областта на фолклора.

<sup>4</sup> Информацията за организиране в първата половина на ХХ в. на пазар за кисело мляко до джамията беше споделена както от събеседнички от Гецово, така и от Д. Ганчева от Етнографския музей в Разград. В книгата си „Българското кисело мляко“, К. Катранджиев обаче посочва, че този пазар се е правил около т.нар. „Момина чешма“.

<sup>5</sup> Сред самите капанци битова представата, че те са преки потомци на аспаруховите българи и това беше неведнъж подчертавано при разговорите с местните хора.

говорим за стара „автентична“ *българска* технология за заквасване на *българско* кисело мляко (курсивът мой), то капанската е такава.

Самото празнично събитие се провежда през юли, първото издание е през 2002 г. и продължава пет дни, от трети до седми юли. Впоследствие се установява в третата десетдневка на месеца и е с продължителност от три фестивални дни. През годините има няколко неизменни основни елемента в програмата му. Откриването на панаирно-фестивалните дни става на площад „Независимост“, в близост до джамията „Ибрахим паша“, там където се сочи мястото на едновременния пазар за кисело мляко. Театрализирано се разиграва местната технология на заквасване на кисело мляко, като от 2014 г. насетне фолклорната възстановка ни връща и далеч назад във времето, проследявайки историята на киселото мляко от „прабългарите“ до съвременния капански продукт. Официално начало на събитието дава кметът с лисване на бакърено котле с айрян. В ремонтирано именно за първото издание помещение в приземния етаж на Етнографския музей се провежда конкурс за домашно производство на българско кисело мляко и млечни продукти и традиционни ястия с мляко в няколко категории, а в двора на музея фолклорни ансамбли от региона представят местни капански традиции. На площад „Независимост“ се провежда базар на кисело мляко и млечни продукти с участието на фирми и дистрибутори от цялата страна, а свои щандове имат и местни хора от разградските села, включително от с. Гецово. В съседство са разположени щандовете на майстори-занаятчии също от различни краища на страната, предлагащи на жители и гости на града своите изделия. Във връзка със занаятчийството се провежда школа за деца „Първи стъпки в занаята“. Специално към децата са насочени още и Конкурс за рисунка, посветен на темата за киселото мляко и панаира, различни игри и състезания (популярна през по-късните издания на празника става щафетата „Да правим таратор, а не терор“). Празничната програма включва фолклорни изпълнения на местни танцови и певчески състави, а през първите две години специален акцент е организирането на т.нар. „Капанска сватба“.

Важен момент е международното участие на фолклорни танцови състави. През първата година това са колективи от Гърция и Италия, но с годините фестивалното събитие започва да привлича участници от десетки страни, не само от Европа, но и от Азия, Южна Америка и Африка. Привечер, по време на фестивалните дни, българските и чуждестранните състави дефилират през града с писани каручки до централния площад „Момина чешма“, където на изградена сцена се състоят и концертите с тяхно участие. От 2007 г. в кулминация на празника се превръща избирането на „Кралица на панаира“, като в конкурса се включват именно участници от българските и чужде-

странните фолклорни състави. А през 2016 г. конкурсът се разширява с избор и на „Крал на панаира“.

Панаирът на киселото мляко и Фестивалът на народните традиции и художествени занаяти в Разград привлича разнородна публика. По моите наблюдения с годините той се е превърнал в чакано събитие от жителите на Разград и околните селища. Особено изборът на Крал и кралица на панаира, дефилето и изпълненията на националните и международни фолклорни групи привличат многобройна публика, по балконите на кооперациите, намиращи се в близост до сцената, могат да се видят хора, следящи събитието отвисоко. За обществения интерес в региона свидетелства и подробното отразяване на събитието от регионалните електронни и печатни медии. То се посещава от туристически групи от цялата страна, както и от чужбина. О.Д. посочи, че японска телевизия е посетила специално с. Гецово, за да заснеме филм за гецовското кисело мляко и технологията на приготвянето му. Налице е и присъствие на официални делегации от побратимени на Разград градове. Така дните на панаира са използвани и за осъществяване и поддържане на международните връзки и сътрудничество, включително за договаряне на търговски отношения и привличане на чуждестранни инвестиции.

Заради пандемията от Ковид-19 панаирът през 2020 г. е отменен. Още през следващата година провеждането му е възстановено с познатата програма. От чужбина обаче гостуват единствено фолклорни състави от балканските страни. През 2022 г. се включват вече и състави от по-далечни страни – от Грузия, Египет и Мексико.

### *Празник на киселото мляко, гр. Трън и с. Студен извор*

Както беше споменато по-горе, валоризацията на киселото мляко като местен елемент на културно наследство в община Трън вече съм изследвал в по-ранен текст. В контекста обаче на изследователските въпроси и във връзка с анализа, който тази статия цели, ще представя отново някои ключови моменти. През 1996 г. в София е създадена Фондация „Д-р Стамен Григоров“. Инициатори са наследниците на този български учен, фактически откривател на микроорганизмите, причиняващи млечно-киселата ферментация. Председател на фондацията става неговата внучка Юлия Григорова, под чието ръководство организацията се превръща в основен двигател за популяризиране на делото на Ст. Григоров извън тясно научните среди – като важен елемент от културното наследство, както на национално, така и на местно равнище.

Според официалната му биография, издадена от фондацията (Фондация „Д-р Стамен Григоров“ 2005а: 5 – 41), Ст. Григоров е ро-

ден през 1878 г. в малкото трънско село Извор (дн. Студен Извор). След като завършва основно образование в родния си край, учи в Мъжката гимназия в София и оттам заминава за Франция, където в Монпелие завършва висшето си образование по естествени науки. В началото на XX в., следвайки мечтата си да стане доктор, учи медицина в Женева, където още като студент през 1903 г. става асистент на бактериолога проф. Масол. Година преди края на следването си обаче, заради финансови затруднения, е принуден да го прекъсне и да се завърне в родното място. Скоро след това се жени и с финансовата подкрепа на родителите на съпругата си се връща в Женева. В багажа си взима една бусинска<sup>6</sup> рукатка с подквасено мляко. Така започват експериментите му за изолиране на причинителите за заквасването на млякото. Усилията му се увенчават с успех през 1905 г. с откриването на три вида микроорганизми, наречени от него *Bacille A*, *Microcoque B*, and *Streptobacille C*. През същата година той публикува откритието си в научното списание *Revue Medical de la Suisse Romande* (Grigoroff 1905). Уводната част на статията представлява и първото публикуване на инструкции за домашно приготвяне на кисело мляко.<sup>7</sup> Същевременно проф. Масол пише за откритието до известния по това време бактериолог Иля Мечников, който по същото време във Франция провежда изследванията си за стареенето на човешкия организъм. Позовавайки се на анкета, сочеща България като страната с най-голям брой столетници на глава от населението, Мечников смята, че основна причина за това е хранителният режим и най-вече мястото на млечнокиселите продукти в него. Тогава той няма доказателства за тезата си, тъй като микрофлората на киселото мляко е все още неизвестна. Така Ст. Григоров получава покана от Мечников да изнесе доклад в Пастъоровия институт в Париж.<sup>8</sup> За да може научно да демонстрира откритието си, той носи със себе си въпросната рукатка с кисело мляко и микроскоп. Веднага след като приключва доклада си, Ст. Григоров получава от И. Мечников

<sup>6</sup> Село Бусинци е един от значимите регионални грънчарски центрове през XVIII – XIX в. Макар и с вече западнало грънчарство, традициите и славата на Бусинци като един от основните грънчарски центрове в страната са важен културен ресурс на местно ниво (още през 80-те г. в селото е изграден Музеен комплекс „Бусинската керамика“, функциониращ и днес. Това дава обяснение защо в биографията на д-р Ст. Григоров е така образно подчертана връзката между неговото откритие и бусинското грънчарство.

<sup>7</sup> Текстът на публикацията както на френски, така и в превод на български може да бъде видян във Фондация „Д-р Стамен Григоров“ 2005б: 3 – 19.

<sup>8</sup> Е. Стоилова отбелязва, че няма никакви други свидетелства за това събитие, освен публикуваните от Фондация „Д-р Стамен Григоров“ биографични бележки, основани на спомените на бащата на Ю. Григорова (Stoilova 2014: 40).

специални поздрави за откритието си и напътствия да продължава научната си работа. Оттук насетне присъствието на рукатката става централен елемент в разказа: „В мига, в който Мечников завършва своите напътствия, Стамен Григоров, подтикнат от вътрешен импулс, взема онази трънска „рукатка“ с кисело мляко и я връчва като дар на руснака. На чист руски език той изразява почитта си и уважението си към голямото дело на великия учен. Аудиторията е шокирана от вида на необичайния предмет. [...] Стамен Григоров пояснява, че този малък пръстен съд е излязъл от ръката на майстори-грънчари от село Бусинци в родния му трънски край. Нарича се „рукатка“, защото е приспособен да се носи на ръка, а за художествената ѝ стойност, за богатството на багри по нея нека съдят сами. Тази „рукатка“ се появява за първи път на Балканите в Бусинци, а от опит хората в този край са установили, че българското кисело мляко най-добре се съхранява и най-дълго запазва качествата си в нея. Съвсем близо до Бусинци се намира и неговото родно село Извор – най-красивото кътче на земята!“ (Фондация „Д-р Стамен Григоров“ 2005а: 25 – 26). След като завършва следването си и отклонява предложения за работа в Швейцария и Бразилия, Ст. Григоров се завръща в България, в родния си край и става околийски лекар и управител на болницата в Трън. А в научните среди откритата бактерия се утвърждава с названието *Bacterium bulgaricum* – Grigoroff.

Откритието, направено от Ст. Григоров, е важно, защото то позволява селекцията, култивацията и репродукцията на конкретни микробни култури за производство на кисело мляко. Така, *произхожданият от Трънско българин* (курсивът мой), разкрива нови научни възможности пред следващите чуждестранни и български изследователи и практически открива пътя към промишленото производство на кисело мляко. Мястото, от което той идва, не е маловажно според биографията му – значението на местните фактори за направеното научно откритие със световна значимост е многократно подчертавано. Именно донесеното в Женевската лаборатория от България, и то от родния му дом, в бусинска рукатка кисело мляко, било в основата на проведените експерименти. Тя е символ на „автентичност“ на съдържащия се в нея продукт (Stoilova 2014: 41). В действителност възрастни местни хора в целия трънски регион разказват, че в миналото киселото мляко най-често квасели в негледжосани глинени съдове и то ставало изключително гъсто, тъй като водното съдържание се просмукувало в глината. На терен се фиксират разкази и за това, че при следващо квасене в такъв съд не било необходимо заделяне на подкваса, защото такава вече имало по стените на съда и било достатъчно той само да се напълни отново с прясно мляко с подходящата температура. Така, в резултат от характерните природни условия в региона



и специфичната технология на подквасване, местният киселомлечен продукт имал неповторим състав и качества.

В началото на новото хилядолетие са съществени активни контакти с ръководството на община Трън и е разработена програма за сътрудничество, чиято цел е „възраждане на региона“, родом от който е откривателят. Фондацията бързо се утвърждава като основен актьор в неправителствения сектор и партньор на община Трън, разработвайки и изпълнявайки няколко социални и културни проекта в региона (въпреки че основното седалище на организацията е в София). По инициатива на фондацията през месец май 2005 г., по повод стогодишнината от откриването на млечнокиселите бактерии от д-р Ст. Григоров, в София е проведен Международен научен симпозиум на тема „Оригиналното българско кисело мляко“. Същевременно обаче за участниците е организирано посещение на град Трън и родната къща на д-р Ст. Григоров в с. Студен Извор – архитектурен ансамбъл от две 150-годишни сгради, реставрирани през 2001 – 2002 г. със средства на фондацията.

През същата година стартира трансграничният проект „Европа в сърцето на Балканите: проектна инициатива за подкрепа на регионалното селско развитие в граничните зони на триъгълника Сърбия – България – Македония“, финансиран от Немската агенция за техническо сътрудничество (Deutsche Gesellschaft für technische Zusammenarbeit), като община Трън е една от българските общини, включени в проекта. Във всяка страна са изградени екипи, състоящи се от национални консултанти, местни консултанти от участващите общини и партньори от неправителствения сектор – за община Трън това е Фондация „Д-р Стамен Григоров“. В рамките на проекта се предвижда реализирането на три малки пилотни проекта – по един във всяка от страните. По инициатива на фондацията се ражда идеята като пилотен проект в България да бъде реализирано изграждането на музей на киселото мляко в родното село на Ст. Григоров. Предвидено е финансиране за оборудване, обзавеждане и осигуряване на необходимите експонати. Община Трън също подкрепя идеята и със собствени средства ремонтира за нуждите на бъдещия музей неколкотоетажна стара сграда в непосредствена близост до родния дом на д-р Ст. Григоров.

Откриването е през юни 2007 г., а разказът за д-р Ст. Григоров на практика се превръща в елемент от концепцията на музейната експозиция. На първия етаж могат да бъдат видени информационни табла, от които посетителите научават за природните и културни особености на региона, родно място на откривателя, там са експонирани разнообразни бусински съдове и различни други предмети на всекидневието от Трънско, част от които свързани с преработване-

то и съхранението на млечни продукти. Сред тях е и една малка по размери ружа, заемаща днес централно място в екскурзоводската беседа и представяна като подобна на онази, в която, по думите на екскурзоводката, „Стамен Григоров е носил киселото мляко“. На втория етаж чрез макет е онагледен съвременният производствен цикъл на кисело мляко — от получаването на суровото мляко, през неговата преработка, до реализацията на готовата продукция в търговската мрежа. От информационните табла посетителите могат да се запознаят с делото и живота на д-р Стамен Григоров, да прочетат кратки текстове за историята на киселото мляко — от начините, използвани за приготвянето му в древността, през домашното заквасване и занаятчийското производство, до модерните промишлени технологии и европейски стандарти за производството му, значението на киселото мляко в хранителния режим на човека, неговите пробиотични свойства — ролята му в профилактиката и лечението при различни болести и т.н. В отделно помещение е изграден малък щанд, на който в деня на откриването се продава подквасено от местни възрастни жени „домашно мляко“ в малки керамични гърненца, изработени специално за повода с характерни за бусинската керамика декоративни елементи. Там могат да бъдат закупени също така лабораторно произведена суха закваска, декоративни сувенири в духа на бусинската керамика, различни информационни материали. Отделено е и пространство за библиотека с научни публикации, посветени на киселото мляко, сред които и фотокопие на статията на д-р Ст. Григоров във френското списание *Revue Medical de la Suisse Romande*. В перспективата за развитие на музея се лансира идеята за изграждане на малка ферма с демонстрационен център за производство на кисело мляко и възможността посетителите да могат да опитат приготвени на място различни видове кисело мляко и млечни продукти. Създаването на музейната сбирка е в пряка връзка с целите за развитието на общината като атрактивна туристическа дестинация. Експозиционният план и идеите за по-нататъшно развитие на музейната сбирка, разгледани в перспективата на местното туристическо брандиране, продължават линията за обвързване на глобалната популярност и значимост на един придобил значение на национален символ хранителен продукт с местните фактори, културни традиции и технология.

По това време се ражда и идеята за организиране на Празник на киселото мляко, като откриването на музейната сбирка се явява неговата кулминация. Първата част на празника протича на централния площад в града. Празникът се открива от официални лица на местната и централната власт, в някои от изданията присъстват и делегация от японското посолство в страната. Ключов момент от програмата е провеждането на конкурс (включващ демонстрация и дегустация) за

най-добре подквасено домашно мляко в няколко категории — овче, козе и краве. В конкурсната програма има и категория за приготвяне на храни, които във всекидневието са свързани с консумацията на кисело мляко — баници с разнообразна плътка. Участие взимат местни жители от Трън и селата в региона. Към онзи момент това са хора, чието производство е единствено за домашни нужди, без каквато и да било пазарна ориентация. На подготовените за празника щандове, наред с местните домашни продукти, за дегустация (с възможност за закупуване) биват излагани и млечни продукти на производители от промишления сектор. Публично се награждават участниците в детски конкурс за есе на тема „Киселото мляко — българското име на дълголетieto“. Празникът включва фолклорни изпълнения на местния ансамбъл „Трънски ритми“ и гости от съседни на Трън общини. Приключва следобед с посещение на музейната сбирка в с. Студен Извор.

Основен организатор през всичките години е Фондация „Д-р Стамен Григоров“, подкрепена финансово и организационно от община Трън и Асоциацията на млекопреработвателите в България. През 2013 и 2014 г. празникът е проведен в рамките на нов голям европейски трансграничен проект, в който партньори са Фондация „Д-р Стамен Григоров“ и община Трън (от България) и Асоциация „Клъстер Сирене юг“ и община Ниш (от Сърбия). Правят се опити за обогатяване на празничната програма — например през 2015 г. по инициатива на местната администрация в празника са включени различни състезателни игри (надаждане с кисело мляко, щафетно ядене на плодови кисели млека и др.), което обаче среща неодобрението на Фондацията и този елемент не е повторен. През 2019 г. пък е поставен павилион на науката, където посетителите и гостите могат да погледнат през микроскоп двете бактерии, причиняващи заквасването.

Постепенно в празника и в конкурса за най-добро домашно кисело мляко се включват повече местни хора, включително и такива, които не отглеждат животни, а купуват прясното мляко от други производители. Наред с мляко, подквасено в буркани (както днес го приготвят в домашни условия), част от участниците издирват и използват запазени в домовете си (често забравени в мазета или тавански помещения) стари глинени съдове. Така към живот, макар и само в празничния контекст, е върната една изоставена практика на производство на кисело мляко в региона. Освен празника, заслуга за това развитие има медийният интерес, търсец често вътрешнокултурна екзотика и уникалност — през годините са реализирани многобройни репортажи и заснети няколко филма за развлекателни или туристически предавания, в които един от основните търсени акценти е технологията на „автентично“ местно производство на кисело мляко в бусинска рукатка.

Медийното отразяване способства за свързването на киселото мляко и Трънско, понякога по изненадващ начин: в разговор трънски зет обяснява, че Стамен Григоров е „измислил“ киселото мляко, а жена от с. Момчиловци по време на организираната там Фестивал на киселото мляко (който ще бъде разгледан в следващия параграф) споделя, че най-истинско е киселото мляко в Трън, защото оттам е ученият, направил откритието и защото за целта е използвал мляко от този регион, а не от някой друг.

Всичко това повишава интереса и на външни за региона хора. Няколко туроператорски фирми включват Празника на киселото мляко като фокус на едномесечно посещение на Трън и околностите, акцентирайки в туристическите си програми на възможността за дегустация и сравнение на вкуса на промишлено произведено кисело мляко и домашно приготвено от местни стопани. Музейната сбирка в с. Студен извор също се радва на растящ брой посетители, ставайки важна част от туристическата програма на туроператорските фирми, предлагащи екскурзии и пътувания в региона и извън самия празник. Заедно с това обаче повишеният туристически интерес стимулира местни стопани да квасят неголеми количества мляко в домашни условия и да го предлагат неформално на туристи и посетители – табели с надпис „Кисело мляко“ могат да бъдат видени на няколко места в селата, разположени по протежение на шосето за Трън, овче мляко в стъклени буркани може да бъде закупено от местни хора и при извора на р. Ерма, което е най-посещаваният от туристи обект в региона.

Пандемията от Ковид-19 осуетява провеждането на празника през 2020 г., макар че в разговор с представител на Фондацията в края на 2019 г. бяха споделени идеи за разнообразяване и включване на нови елементи. Празникът не е проведен и през 2021 г. През юни 2022 г. вместо него е организиран Уикенд на отворените врати на Музея в с. Студен извор. Анонсът на дните в страницата на Фондация „Д-р Стамен Григоров“ набляга на възможността за прекарване на време „извън градската среда, сред красотата и спокойствието на селския бит“.<sup>9</sup> Организиран са демонстрации по заквасване на мляко, но и на квас за хляб, придружени с дегустации. Освен музея, посетителите получават възможност да посетят и родния дом на доктора, да бъдат разведени из селото и да научат повече за неговата природа и история. Така селото, родно място на Ст. Григоров, вече е сцена на празника, като акцентът е поставен върху мястото, знанията, уменията, продуктите и най-вече музея.

<sup>9</sup> <https://www.facebook.com/Dr.StamenGrigorov/photos/a.219918188605818/1053516078579354> (последно посещение на 24 август 2022 г.).

**Фестивал на киселото мляко – култура и традиции, с. Момчиловци**

Събитието, организирано в родопското село Момчиловци, се появява последно във времето – първото му издание е между 10 и 13 септември 2015 г. В разговор със Сийка Суркова, кметица на селото, обаче става ясно, че предисторията датира от 2008 г., когато представители на китайската държавна компания *Bright Dairy* посещават неофициално селото. Според разказа, по това време компанията прави собствено проучване на районите на дълголетие по света, така стигат до Европа и впоследствие до България с нейното кисело мляко и Родопите конкретно. Там са огледали няколко селища. Китайската делегация обаче остава пленена от красотата на с. Момчиловци, от местния начин на живот. Силно впечатлени от киселото мляко, което им приготвили момчиловци, решават, че „Момчиловци“ ще бъде марката на продукта, който те планират да произвеждат за китайския пазар – млечнокисела напитка. Вниманието към България се дължи и на имиджа, който тя има в Азия като страна на киселото мляко и дълголетие (Стоилова 2021: 45).

Самите момчиловци твърдят, че качеството и уникалността на киселото мляко, произвеждано от тях се дължат на технологията, датираща от векове, любовта, която влагат при подквасването и не на последно място – пашата на животните по ливадите в района, която съдържа множество лековити билки. Събеседничка от местното читалище „Светлина“ сподели, че всъщност дълги години преди появата на китайците са обмисляли провеждането на празник на киселото мляко и на картофа, като два характерни продукта, стоящи в основата на местната хранителна диета. Това, което ги спира, е липсата на средства за организацията. За сметка на това с гордост отбелязва, че Момчиловци е селото пионер на селския туризъм в България и от десетилетия за туристите се организират фолклорни изпълнения и кулинарни атракции с местни специалитети, включително демонстрация по заквасване на кисело мляко (придружена с дегустация в чист вид или объркано със сладко от диви ягоди или боровинки).

Базираната в Шанхай компания започва да продава от самото начало на 2009 г. млечната напитка „Момчиловци“. Тогава медиите в България отразяват това, позовавайки се на прессъобщение на българското Министерство на външните работи. В него се казва, че на по-големите опаковки на киселото мляко има текст: „В България, разположена в Югоизточна Европа, има планина, в която се намира мистериозно и красиво село. Хората там живеят дълъг и щастлив живот. От поколения местните хора имат навика да пият всеки ден приготвено от тях самите кисело мляко. Лактобактерията L99 в това мляко е

ключът към неговата магия. Като пионер на млечната индустрия на Китай, „Брайт“ използва тази бактерия за приготвяне на истинско кисело мляко „Момчиловци“, с което предлага здраве и качествен живот на китайските семейства<sup>10</sup>.

Според думите на кметицата на Момчиловци, това е едно от най-качествените млека там, което държи по-висока цена и въпреки това се радва на популярност. Тя се дължи и на рекламната стратегия на компанията за заснемане на рекламни клипове в селото, като по-късно в тях участие започват да взимат и местни хора. От 2012 г. датират и официалните отношения между компанията и местната администрация, като инициатор и посредник за това е основаният през същата година от Иван Тодоров „Български център за развитие, инвестиции и туризъм в Китай“.<sup>11</sup> През същата 2012 г. центърът организира два бизнес-форума между български и китайски фирми, единият в Шанхай, другият в Пловдив, в които участие взимат и официални представители на външните министерства на двете държави, а форумът в Пловдив се провежда под патронажа на Президента Росен Плевнелиев. Именно в рамките на тези начинания се вписва и установяването на официалните контакти между китайската компания, местната власт в Момчиловци и туроператорската фирма „Деми Травел ЕООД“. Така се ражда идея и за провеждане на Фестивал на киселото мляко. Партньори в организацията са още Община Смолян, Област Смолян, „Тодоров“ АД и Swagbag.eu. Като медийни партньори са привлечени редица регионални и национални медии. Освен това събитието се провежда под патронажа на Министерството на туризма на Република България. Финансовите средства за организирането му се осигуряват обаче от китайската компания, докато самата организация и координация се извършва от местното читалище „Светлина“ и кметството на Момчиловци.

Официално оповестената на страницата на фестивала цел е „да популяризира традициите за производство на кисело мляко и сирена, заедно с богатството на песенния и танцов фолклор, самобитността на родопските обичаи и автентичните родопски занаяти“.<sup>12</sup> Това се припокрива напълно с думите на кметицата на селото: *„Това е един фестивал, който освен че събира многобройна публика и аудитория, но и показва родопските традиции, показва и кулинарията, показва най-голямото ни богатство – местния фолклор. Също така каним тук и производи-*

<sup>10</sup> <https://dnes.dir.bg/archive/-3819097> (последно посещение на 24 август 2022 г.).

<sup>11</sup> И. Тодоров е български бизнесмен, собственик на бутиковата винарна изба „Todoroff“.

<sup>12</sup> Виж <https://momchilovtsifest.bg/about-festival> (последно посещение на 24 август 2022 г.).

тели на млечни продукти. Те имат възможност да продават продукцията си, а посетителите да опитат наистина качествени млечни произведения. Показваме и занаятите в различните им измерения”. Както ще видим по-долу обаче, това е едно колкото културно събитие, толкова и бизнес начинание и маркетингова стратегия на китайската компания (виж също Барова 2017: 205 – 206).

Самата програма на фестивала е тридневна и впечатлява с мащабите си. В откриването на фестивала участват представители на местната и централната власт, както и делегация на китайската компания. След празничните слова става размяна на подаръци. Самото събитие се случва на голяма сцена на централния площад в Момчиловци и около нея. Там са разположени щандовете за изложение на производители на кисело мляко и млечни продукти (главно от региона през първата година, и от страната – през следващите) и дегустация на млечни продукти. Подобно на другите две събития, важно място заема конкурсът за най-добри кисело мляко, сирене и кашкавал (в категориите краве, козе и овче), както и конкурсът за ястия, приготвени с млечни продукти. Жени в местна родопска носия правят демонстрация, придружена с дегустация на избиване на масло от кисело мляко в *бурилка*. Със свое кулинарно шоу участва популярният от телевизионния екран готвач Ути Бъчваров. Освен това своя продукция излагат и производители на домашни сладка, билки, чайове, мед, и др. екологични продукти, както и различни занаятчий. Неизменна част от програмата са конкурсите за детска рисунка на тема „Вълшебството на киселото мляко“ и фотографският конкурс „Природата и киселото мляко – здраве и дълголетие“. От 2017 г. започва провеждането на състезателни игри (ориентирани отново основно към децата, но не само): най-бързо приготвяне на таратор, най-бързо изяждане на кисело мляко, надпиване с айран.

През същата година започва и организирането на ден на отворените врати във ферма „Момчиловци“ с възможност за дегустация на приготвени на място кисело мляко и различни видове сирене. Самата ферма е създадена още през 2004 г. и в нея се отглеждат овце от породите *цигай* и *каракачанска*, като към нея функционира и малка мандра. След няколко неуспешни опита с проекти за европейско финансиране за разширяване и модернизирание на фермата, собствениците намират подкрепа от страна на китайската компания. Променя се и официалното название и то става „Момчиловци – Bright Dairy“. През 2018 г. по време на фестивала и с финансиране на „Bright Dairy“ е направена и първата копка на новата ферма с Демонстрационен център, като е предвидено в нея да се отглеждат 40 крави.

Музикалната програма също има място. На сцената през трите фестивални дни се изявяват фолклорни певчески и танцови ансам-

бли от региона, но и извън него, както и популярни ансамбли като „Чинарите“, „Българе“ и поп, джаз и рок изпълнители (Тони Димитрова, Невена Цонева, ДИЯ, Авигея с Теодосий Спасов, БТР). Сцена получават и китайски артисти и изпълнители, за да представят елементи от китайската култура — през годините са представяни Театър на сенките, бойни изкуства, чаена церемония, приготвяне на ястия от китайската кухня, различни китайски занаяти и др. Интересен елемент е, че още след първото издание е оформен кът в музейната сбирка към читалището, посветен на фестивала на киселото мляко. В него е представена практически историята му и различни предмети, подарени на селото от китайските партньори и артисти през годините.

Кулминацията на фестивала обаче е Спектакълът „Красотата на Родопите“ — Национален конкурс „Кралица на Киселото мляко — Мис Родопи“. Организацията е поверена на модна агенция „Визаж“, като е следван класическия за конкурсите по красота формат в няколко кръга и с участие на момичета от цялата страна. Наградният фонд на конкурса е в размер на осем хиляди лева, а победителката става рекламно лице на китайския млечен продукт „Момчиловци“. Тя и нейните подгласнички получават възможността да посетят Китай по „Програма за популяризиране на киселото мляко и неговите уникални качества“ в азиатската държава.

През първата година много малко от местните хора се включват във фестивала. С годините обаче участието в конкурсите за приготвяне на кисело мляко и ястия, в чиято основа е киселото мляко, нараства. Много от местните жители постепенно започват да припознават празника и го очакват ежегодно — можем да ги видим около сцената и щандовете в центъра на селото, редом с туристите, които също са многобройни. В този контекст кметницата отбелязва: *„Да, може би е нов празник и е различен от тези, които сме имали досега — Тодоровден и 21 май, храмовия празник на нашата църква. Те са утвърдени, провеждат се над двайсет години, хората ги приемат вече като част от начина на живот тук. Надявам се това да се случи и с Фестивала на киселото мляко. Той пък е най-пищният празник, който имат момчиловци, тридневен с програма, която в другите празници не можем да си позволим. По-различен и по-атрактивен празник от всички останали, празник, който обединява няколко култури — освен нашия фолклор, бита ни, млякото, и китайската култура. Защото винаги се показва и нещо от китайската култура. Но най-вече залагаме на това, че киселото мляко е продуктът, който може да обедини две свършено различни култури“*. Свидетелство за интереса на местните жители е и участието в курса по китайски език в групи за възрастни и деца. Курсът е безплатен (финансово подсигуран от китайската компания) и е организиран съвместно с преподаватели от Институт „Конфуций“. Идеята е осигуряване на базови познания, за



по-добро обслужване на китайските туристи, за които в селото казват, че се увеличават от година на година. За китайските туристи селото е рекламирано и става познато като „селото на дълголетието“. Още по време на първия фестивал през 2015 г. е открита и „Пътека на дълголетието“ – пешеходен шесткилометров маршрут, тръгващ от селото и преминаващ през красиви местности в неговите околности. От 2015 г. насам всички туристически табели и информационни табла в Момчиловци са изписани освен на български и английски, и на китайски език.

Пандемията от Ковид-19 обаче е причина за спиране провеждането на фестивала и той не е подновен до момента.<sup>13</sup> Почти секва чуждестранния туристопоток през 2020 г. През август 2022 г. обаче, след двугодишно прекъсване, беше подновено провеждането на езиковите курсове по китайски.

### *Съпоставителен анализ и обобщение*

В този текст с три конкретни случая представих практиките и механизмите, чрез които един повсеместно разпространен в страната хранителен продукт, утвърдил се в публичния дискурс като типично български, популярен същевременно като такъв и далеч извън границите на България, може да бъде (ре)локализиран и да придобие нови местни значения. За този процес наскоро Елица Стоилова въведе термина *гастролокализъм*, за да означаи нарастващата роля на регионализацията и локализацията и дейностите по конструиране на местни символи, празници, фестивали, чествачи локалното кулинарно многообразие и да го разграничи от *гастронационализма*, разглеждащ определени храни като елемент на националната идентичност (Стоилова 2021: 89-96). Тук е важно да се каже, че гастролокализъмът и гастронационализъмът не се противопоставят един на друг – изследването показва, че те са взаимосвързани и подсилващи се. Валоризацията на киселото мляко като елемент на местно културно наследство се случва в контекста на набиращата скорост от началото на XXI в. фестивализация на кулинарните традиции, стояща в основата на нов тип местна празничност (Троева 2011; Гаврилова 2020). Затова и изследването беше фокусирано върху трите събития, посветени на киселото мляко – в Разград, Трън/Студен извор и Момчиловци. То целеше сравнителното им разглеждане, до момента липсващо в българската етнология.

Валоризацията или разпознаването, аргументирането и утвърждаването на даден културен елемент като местно наследство е свър-

<sup>13</sup> Статията е написана през август 2022. Към този момент нямаше информация за провеждане на фестивала през есента на същата година.

зано с дейността на „откривател“ на ценността му — това може да са представители на местна администрация, асоциация или НПО, музейни работници, краеведи и т.н. Инициативата в случаите на Разград и Трън идва от представители на неправителствения сектор, като бива активно подкрепена от общинската администрация. В Момчиловци, според получените данни, идеята е на читалището и местната власт, но практически киселото мляко започва да се обосновава и налага като специфичен елемент на локалното наследство едва с появата на напълно външен за селото и страната актьор — китайската компания. В Трън основният аргумент за припознаването на киселото мляко като местно наследство е родовата памет за именит предшественик-учен (д-р Стамен Григоров) и увековечаване на неговото дело — откритието на бактериите, причиняващи подквасването на млякото. Сходен момент откриваме и в Разград — друг именит учен, написал и първата монография за българското кисело мляко, е свързан с местната културна история. В Момчиловци науката заема по-периферно място, но все пак присъства в наративите, позоваващи се на научни изследвания на дълголетие, посочващи Средните Родопи като един от регионите в света с най-много столетници.

Важно място в процеса на валоризация също така заема обосноваването на „уникалност“ и „автентичност“ чрез позоваването на старинни културни традиции и специфична технология на заквасване на млякото. Най-силно този момент е изразен в Разград — представата за капанците като наследници на прабългарите, паметта за капанското Гецово като селото, от което през първата половина на ХХ в. идват търговците на най-доброто кисело мляко, за да предлагат продукцията си в града и разгърнатия наратив за начина на заквасване в специални бакърени съдове (в т.ч. чрез наливане на млякото отвисоко) играят съществена роля за конструирането гастролокалната връзка. В Трън/Студен извор по сходен начин се набляга на старата традиция за заквасването в специфичен глинен съд (рукатка), което придава характерни качества на местния продукт — кисело мляко, с помощта на което Ст. Григоров е направил научното си откритие. Не случайно и двете музейни сбирки в Студен извор и Момчиловци започват експозиционния разказ с далечното минало — тракийските племена, населявали съответното място са първите носители на знанието за подкваса на млякото. Връзката между природна среда и кисело мляко е не по-малко важна — в Гецово и Момчиловци специфичната паша на животните, част от която са различни билки, има определящо значение за вкуса на киселото мляко. В Трънско наративът набляга на характерните природо-географски особености, при които е израснал д-р Ст. Григоров и при които е било заквасено млякото в бусинска рукатка. Така уникалността и автентичността на съответния местен

продукт произтичат от специфичните „дух“ и „вкус“ на съответното място.

Същевременно валоризацията на киселото мляко като елемент от местното културно наследство е съпътствано от неговото икономическо остойностяване (Kirshenblatt-Gimblett 2006: 193). То е следствие именно от позоваването на автентичност и понякога своеобразно местно екзотизиране на иначе добре познат продукт (вж. Long 2012: 397), какъвто е киселото мляко. Така миналото и наследените (както и изобретените) традиции се свързват с настоящето и местното развитие – потенциалните приходи едновременно трябва да създадат условия за по-нататъшното им опазване, но и да стимулират местната общност в социален, културен и икономически план.

Затова и на трите места от ключово значение са именно организирането на празничните събития, посветени на киселото мляко, представяйки въплътените в продукта местни особености: чиста природна среда, здравословен начин на живот и старинни традиции на производство. От една страна, това символно представяне на и чрез празника (Стоилова 2021: 50) отправя към заявяване и демонстриране на идентичност и териториална принадлежност, приписващи наследен, понякога дори митологичен произход на местния продукт (срв. Grasseni 2012: 141 – 144). Провеждането на празниците през следващите години създава у хората усещането за традиция и постепенно превръща трите събития в основен компонент на местния празничен календар (срв. Троева 2011: 63). Така с времето официалният дискурс, промотиран от идеолозите и реализаторите на съответния празник бива припознат и натоварен с нови значения от местните жители (Стоилова 2021: 50). За някои новата местна значимост на киселото мляко става важен стимул дори да разширят животновъдните стопанства (или създадат такива) и да видят в приготвянето на кисело млякото и други млечни продукти възможност за постигане на собствени икономически цели – тук се вписват инициативите на дребни стопани да продават домашно приготвени млечни продукти в дните на фестивала, но и извън него, както и идеите за изграждане на демонстрационни ферми и мандри в случаите на Студен извор и Момчиловци (във втория случай значително по-близо до реализация на тази идея).

От друга страна, валоризацията на „млечното“ наследство и включването му в местния културен и празничен календар е стратегия за повишаване на туристическия интерес към съответното място и регион и при трите разгледани случая. Както видяхме, в случая с момчиловския фестивал, туристическа фирма е и един от организаторите му, а другите две събития бързо стават част от туристическото предлагане. Всъщност разнообразяването на туристическия продукт

като път към устойчиво местно развитие е една от целите и на трите празнични събития.

В този контекст програмите са свързани както с привличане на участници от местните хора и поддържане на идентичност на мястото и хората, обитаващи го, така и с демонстриране на тази идентичност и местната културна история, традиции и технологии, свързани с киселото мляко, пред външни за местната общност — посетители и гости. Именно за да задоволят различни интереси, вкусове, очаквания, е и голямото разнообразие от елементи и дейности в дните на честванията. Някои от тях са характерни за типичните традиционни селищни празници, събори, панаири, определяни като „традиционни форми на групови прояви, които имат за цел социално приобщаване“ (Стоилова 2021: 14). Те обаче съвместяват и нови елементи със състезателен и развлекателен характер, които целят привличане на външна публика, което ги превръща в типични прояви на новата селищна празничност (Троева 2011: 63).

Общ и очакван елемент в трите събития са конкурсите за кисело мляко и ястия, в чиято основа е то, както и дегустациите на продукта. Тези конкурси са демонстрация на майсторство в знанията и технологията пред посетителите, но и съревнование между участниците на умения и знания, често аргументирани като предавани от поколения. Конкурсите за рисунка и различните работилници, ориентирани към детската публика, целят предаването и опазването на тези знания и умения напред. Дегустациите пък са предимно ориентирани към презентиране пред гостите на местните традиции, технологии и вкусове. В тази връзка Е. Стоилова (2021: 51) посочва: „Гостите, посетителите на тези събития са консумиращите културата на другия. Те са гледащите, опитващите, научаващите — „лаиците“, които биват потопени в кулинарния свят на „експертите“ (знаещите и можещите)“. Всъщност чрез посещението и интереса си те трябва да удостоверят автентичността и ценността на продукта, чрез което да подпомогнат местните да останат да живеят там и да стимулират усилията им за опазване на това наследство. В този контекст се вписват панаирните елементи — празниците дават възможност на други дребни и средни производители от региона или по-далеч да представят и продават своите млечни продукти. В Разград и Момчиловци занаятчийци на стари и нови занаяти също разполагат с пространство да изложат и пласират произведенията си.

И при трите празника важен компонент са фолклорните изпълнения — песни, танци, изиграване на обичаи и обреди. Те са типични за класическите селищни празници, но до голяма степен подсилват усещането за уникалност на местния продукт, представян в контекста на местния начин на живот и традиции, водещи началото си далеч

назад във времето. В Трън и Момчиловци се залага най-вече на локалния и регионалния фолклор. В Разград форматът е значително по-масащабен — тук местните и регионални изпълнения си дават среща с тези на участници, идващи от различни части на света. В Момчиловци международният сценичен елемент също присъства чрез ежегодното гостуване на китайски артисти. Така случващото се по време на празничните дни се доближава и до карнавала. Популярни съвременни музикални концертни изпълнения също са компонент на програмата в Разград и Момчиловци. В това отношение празникът в Трън в някаква степен запазва по-голяма консервативност, но и еднородност с фокус върху традициите, знанията и уменията.

В съвременния туризъм обаче е важно участието и изживяването, не просто наблюдението. Затова в програмите наблюдаваме различни състезания, предназначени за посетителите. Те са свързани както с консумация на местния продукт (надпиване с айрян или надяждане с кисело мляко в Разград и Момчиловци, еднократно и в Трън), така и с показване на кулинарни умения (най-бързо приготвяне на таратор). В Трън пък макар отново еднократно, на гостите на празника е предоставена възможност да влязат в ролята на изследвателя и да видят двете млечнокисели бактерии през лещите на микроскопа. Така част от гостите също се превръщат в участници и допринасят за това празничните дни всяка година да бъдат различни и вълнуващи за местна и външна публика.

Макар и в различен формат в Разград и Момчиловци, конкурсите за красота са кулминация на празника и по наблюденията ми привличат най-голям брой зрители. В Трън подобна проява липсва, но в разговор през есента на 2019 г с настоящия председател на Фондация „Д-р Стамен Григоров“ беше споделена идея за дефиле и конкурс, свързани с народно облекло като елемент от програмата на празника през 2020 г. Както беше посочено по-горе обаче, заради пандемията от Ковид-19 този празник беше отменен. Дефилетата и конкурсите за красота нямат пряка връзка с чествания продукт, но заради атрактивността и големия емоционален заряд често са сред елементите и на много други празнични събития, посветени на храни и кулинарни традиции (Троева 2011: 58).

В два от разгледаните случаи, в Трън/Студен извор и Момчиловци, наблюдаваме и музеифициране на киселото мляко. На двете места обаче това се случва по различен начин и с различен фокус. Музейната сбирка в Студен извор акцентира върху миналото — нейна цел, от една страна, е да съхрани паметта за делото на д-р Стамен Григоров и да го популяризира на местно и национално ниво; от друга страна — да събере, опази, представи и популяризира (включително чрез продажба на информационни материали, сувенири, закваски и

готов продукт) знания и технологии от миналото до съвременността за домашното и промишленото производство на кисело мляко. Затова и посещението на музейната сбирка е част от програмата на празничните дни. В Момчиловци концепцията е различна — там обект на музеификация е самият фестивал. Акцентът е поставен върху българо-китайското сътрудничество, случващо се в рамките на фестивалните дни, документиране и съхраняване за бъдните поколения на историята на този нов, но свързан с местните поминък и традиции и оценяван като значим елемент от календара на селото празник.

Процесите по валоризиране, икономическо остойностяване, фестивализация и музеификация се определят от комплексното преплитане на глобални концепции, правни норми, пазарни механизми, програми и тенденции, рамкиращи политиките на национално, регионално и местно равнище и влияещи върху действията и поведението на институции, организации и отделни хора. И на трите места в основата на тези процеси стои желанието за създаване на интересен фестивален продукт в сферата на културния туризъм — едно само по себе си глобално явление. От друга страна културното наследство и туризъм са разглеждани като „пазител“ на териториалната идентичност и от тази гледна точка е своеобразен локален отговор на глобализацията (Ораџиќ 2019: 15). В случая глобалното и локалното обаче не са в конфликт и по-скоро можем да говорим за глокализация (Робертсън 2004) — едновременното присъствие на универсални ценности, представени в този случай от фестивализацията и културния туризъм, и локална специфика и идентичност, представени от валоризацията на киселото мляко като ключов елемент от местното културно наследство. Преплитането между глобално и локално откриваме в решенията и реализирането на празниците — решенията идват „отдолу“ — местна администрация, читалище или НПО, явяващи се изразител на местните общности, но се реализират в условията на политики и програми, задавани до голяма степен „отгоре“. Така събитията в Трън и Разград в началото си са свързани с реализиране на европейски проекти, а в Момчиловци фестивалът става възможен благодарение на финансовия капитал на голяма китайска компания и е пряко свързан и зависим от рекламната стратегия на компанията за популяризиране на продукцията ѝ в Китай. Преплитането на глобални тенденции, национални политики и местни инициативи предизвиква сходни, макар и не идентични, процеси на концептуализация и инструментализация на киселото мляко и на трите места като ресурс за (1) опазване и популяризиране на местната културна идентичност и наследство; (2) устойчиво развитие чрез разнообразяване на туристическия продукт; и (3) нови бизнес инициативи за част от местните жители.

## Литература:

- Барова, В. 2017.** Гастростратегии на производителите на натурални млечни продукти (по примери от Ловешко и Смолянско). В: Петров, И. Петрова (съст.). *Агрокултурни трансформации в условията на европеизация и глобализация*. София, Парадигма, 199 – 223.
- Вакарелски, Хр. 1974.** *Етнография на България*. София, Наука и изкуство.
- Гаврилова, Р. 2020.** Новата автентичност или тъждеството със самия себе си. *Семинар БГ*, 19, <https://seminar-bg.eu/spisanie-seminar-bg/broy19/item/584-novata-avtentichnost-ili-tazhdestvoto-na-samiya-sebe-si.html> (последно посещение на 24 август 2022 г.).
- Иванов, Н. 2001.** *Село Гецово, Община Разград. Исторически очерк*. Велико Търново, ПИК.
- Йотова, М. 2011.** „България, родината на киселото мляко“ – или за традиционната храна като етноцентричен дискурс. *Българска етнология*, кн. 4, 33 – 55.
- Катранджиев, К. 1940.** Киселото мляко като храна и мерките за подобрието му в столицата. *Ветеринарна сбирка*, кн. 4, 43 – 56.
- Катранджиев, К. 1962.** *Българското кисело мляко: Микробиологични и диетични качества*. София, БАН.
- Кондратенко, М. (съст.) 1985.** *Българско кисело мляко*. София, Земиздат.
- Кондратенко, М., Ж. И. Симов 2003.** *Българско кисело мляко*. София, Асоциация на Млекопреработвателите в България.
- Марков, И. 2017.** Киселото мляко и неговите локални инструментализации – между родовата памет, културното наследство и европейските проекти. *Български фолклор*, кн. 2, 213 – 230.
- Маркова, М. 2006.** Традиционна технология на българското кисело мляко. *Минало*, кн. 2, 48 – 56.
- Попдимитров, К. 1938.** *Българско кисело мляко. Произход, производство, хранителност и надзор*. София, Печатница Спас Ив. Божинов.
- Ризов, П. И. 2008.** *История на с. Гецово, Разградска община*. Сливен: Обнова.
- Робъртсън, Р. 2004.** Глокализацията: време – пространство и хомогенност – хетерогенност. В: Федърстоун, М., С. Лаш, Р. Робъртсън (съст.). *Глобални модерности*. София, Критика и хуманизъм, 44 – 69.
- Стоилова, Е. 2015.** Храните в ракурса на етнологичното изследване или какво е българско кисело мляко. В: М. Златкова, Б. Петкова, Ст. Антонов (съст.). *След следващата запетая. Научна конференция. 20 години етнология в Пловдивския университет*. Пловдив, УИ „Паисий Хилендарски“, 51 – 64.
- Стоилова, Е. 2021.** *Празници и фестивали на храните: валоризация на локалното кулинарно наследство*. Пловдив, УИ „Паисий Хилендарски“.

- Троева, Е. 2011.** Съвременни селищни празници в България. В: Георгиева, Е., Н. Тодорова (съст.). *Светът на българина през XX век*. София, Парадигма, 52 – 64.
- Фондация „Д-р Стамен Григоров“ 2005а.** *В началото бе родовата памет... Десет години утвърждаване*. София, УИ „Св. Климент Охридски“.
- Фондация „Д-р Стамен Григоров“ 2005б.** *Българското име на дълголетие-то. 100 години от откриването на Lactobacillus bulgaricus*. София, Фондация „Д-р Стамен Григоров“.
- Grasseni, Cr. 2012.** Developing Cheese at the Foot of the Alps. In: Finnis, E. *Reimagining Marginalized Foods: Global Processes, Local Places*. Tucson, University of Arizona Press, 135 – 155.
- Grigoroff, St. 1903.** Étude sur un lait fermenté comestible. Le „Kissélo-mléko“ de Bulgarie. In: *Revue médical de la Suisse Romande* 25, № 10, 714 – 721.
- Kirshenblatt-Gimblett, B. 2006.** World Heritage and Cultural Economics. In: Karp, I., C. Kratz, L. Szwaja, T Ybarra-Frausto (Eds.). *Museum Frictions: Public Cultures/Global Transformations*. Durham, NC: Duke University Press, 161 – 201.
- Long, L. M. 2012.** Culinary Tourism. In: Pilcher, J. M. (Ed.). *The Oxford Handbook of Food History*. Oxford: Oxford University Press, 389 – 407.
- Опаčić, V. T. 2019.** Tourism valorisation of cultural heritage. In: Obad Šćitaroci, M., B. B. Obad Šćitaroci, A. Mrđa (Eds.). *Cultural Urban Heritage. Development, Learning and Landscape Strategies*. Cham: Springer, 181 – 196.
- Stoilova, E. 2014.** *Producing Bulgarian Yoghurt. Manufacturing and Exporting Authenticity*. Amsterdam University Press: Amsterdam.
- Yotova, M. 2013a.** „Bulgaria, the Holy Land of Yogurt“ -: A Brand Myth and Management Philosophy. In: *Senri Ethnological Studies*, № 82, 87 – 98.
- Yotova, M. 2013b.** „The Bacillus That Makes Our Milk“ : Ethnocentric Perceptions of Yogurt in Postsocialist Bulgaria. In: Abbots, E, A. Lavis (Eds.). *Why We Eat, How We Eat: Contemporary Encounters between Foods and Bodies*. Surrey: Ashgate, 169 – 185.



# КУЛТУРНИ И КУЛИНАРНИ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ НА ЧЕРЕШАТА В „ПРАЗНИК НА ЧЕРЕШАТА – ГР. КЮСТЕНДИЛ“

Гл. ас. д-р Васил Балтаджиев,  
катедра „Етнология“,  
СУ „Св. Кл. Охридски“, Исторически факултет

**Анотация:** Статията се фокусира върху един от големите местни празници в град Кюстендил – „Празник на черешата“. Черешата се превръща в знаков поминък за областния град през последните 50 години, а самият празник – в катализатор на локална идентичност, стъпваща върху местната култура. Тридневният празник предлага разнообразна програма, част от която е представянето на рецепти, включващи череша и състезаващи се в кулинарната надпревара „Череша в кухнята“. Въпреки празничната обстановка обаче дребните производители изпитват трудностите, свързани с отглеждането и продажбата на плода.

**Ключови думи:** череша, етнология, локална идентичност

**Abstract:** This article focuses on one of the big local holidays in the city of Kyustendil – „The Cherry Festival“. The cherry has become a livelihood for the people of regional town in the last 50 years and the holiday itself in a catalyst of the local identity. The three-day celebration offers a varied program, part of which is the presentation of recipes involving cherries, participating in the culinary competition „Cherries in the Kitchen“. Despite the festive atmosphere, however, small producers are experiencing the difficulties associated with their fruit production and the market.

**Keywords:** cherry, Ethnology, local identity

Празниците и празничната обредност са централна тема в изследванията на българските етнографи от зараждането на интереса към народната култура. Акцент в тези изследвания представлява специфичната обредност, позиционирането на празниците в календарния цикъл, етнографските специфики и др. Това са празници, които се конструират около един обусловен според християнски канон ка-

лендар, следвайки фиксираните от религията дати и периоди. Впоследствие към тях се добавят и тези, свързани с конструирането на държавността. Фокус на изследването в този текст е фестивал, свързан с определена култура, който по смисъл, съдържание, организиране и провеждане се вмести в поредицата локални репрезентации на културата, характерни за съвременната епоха.

Съвременното добавя нова разновидност към селищната празничност, която не е позната в традицията. През периода на социализма, а по-късно и в годините на прехода, се зараждат редица празници, свързани с храни и напитки, които често представляват знаков за местното производство продукт или пък се характеризират с локалните особености на регионалната кухня. Един от тези празници, които възникват в ново време, носят локален характер, но имат претенциите да заявят присъствие в националната неформална празнична листа, е „Празникът на черешата“. Той е отбелязан за пръв път през 2008 година в град Кюстендил и постепенно се превръща в едно от най-значимите събития в културния календар на общинския град. В настоящия текст ще се опитам да разгледам особеностите на празника, както и да обърна внимание на някои от някои от неговите характеристики, които оказват влияние при формирането на локалната идентичност. Ще обърна и внимание на трудностите, които срещат днес черешопроизводителите.

Настоящото изследване е резултат от работата по проект „Кулинарни традиции и културно-историческо наследство в малки населени места: изобретяване, популяризиране и експлоатиране“. В рамките на изследователската част на проекта в периода 2018 – 2022 бяха посетени селата: Стенско, Горановци, Шишковци, Соголяно и Драговищица. Черешопроизводството е силно разпространено в тези села.

Днес Кюстендил се е утвърдил с образа си на „Овощна градина на България“. Имаме сведения за разпространението на овощни насаждения в района на град Кюстендил още през Османския период (XV – XVII век) (Венедиков 1981). До края на XIX век основните отглеждани култури в региона са лозята и сливите, овошките остават предимно единични насаждения за лично ползване. Нещата се променят след разпространението на филоксерата по лозите (за пръв път регистрирана у нас през 1884 г.). Променената ситуация насочва земеделските производители към отглеждането на нови плодни култури – слива, ябълка, круши.

Изграждането на образа на града като овощарски център безспорно е свързано с политиките на българската държава през периода на социализма и процеса на национално райониране в сферата на земеделието (За повече по въпроса виж статията на В. Коцева в настоящия сборник). Този процес постепенно ще доведе до промяната на

отглежданите овощни култури от сливи, ябълки и круши до все по-масовото разпространение на черешата. През последните 70 години тя се превръща в една от емблемите на град Кюстендил и селищата в Кюстендилската котловина. Основните причини, позволили по-широкото разпространение на черешата, е модернизацията на нейното съхранение и селекцията на нови сортове по-устойчиви череша, които са и по-ниски (по-лесни за бране). Преди средата на XX век тази земеделска култура се оказва твърде нетрайна и се използва основно като десертен плод, отглеждан за лична консумация, а не за търговия.

След влизането на България в ЕС се забелязва как броят на отглежданите черешови насаждения нараства значимо, от 17,7% (2007 г.) от овощните насаждения до 24% (2014 г.). По обем на производството черешопроизводството се нарежда на второ място след ябълките (Вълканов 2015). Макар процентно броят на овощните насаждения да нараства, на терен респондентите ми споделяха редица затруднения, които често довеждат до изоставянето на насажденията или тяхната продажба на по-крупни собственици.

В Кюстендил днес можем да видим цели четири локални празника, разположени в различни етапи от календарната година. Това са празникът „Кюстендилска пролет“ – отбелязва се около деня на пролетното равноденствие; Празникът на черешата, честван в края на месец юни (най-често последният уикенд от месеца); Празникът „Панагия“ – на 15 август (Успение на Св. Богородица), свързан с края на жътвата и „Празникът на плодородието“ през октомври, на който се чества събирането на реколтата от другите овощни насаждения. И четирите празника са посветени на вегетацията и честват плодородието, като заемат основно място в празничния календар на гр. Кюстендил.

Важно е да се спомене и че от 2013 г. само пет години след началото на празнуването на „Празник на черешата“ в град Кюстендил, у нас се появява втори празник, посветен на червения плод, този път в старозагорското село Кирилово, в което черешата и овощните насаждения също са основни култури за местните земеделци. Празникът в село Кирилово е създаден от кмета Станимира Маринова и секретаря на читалището в селото Радка Рашева. Програмата на празника съдържа някои от основните елементи, срещани и при тържеството в Кюстендил (състезания за най-едър и вкусен плод, както и кулинарно състезание за най-вкусен черешов сладкиш). Петър Петров разглежда логиката на разпространение на празниците, посветени на еднакви земеделски култури, като за пример дава три различни празника, посветени на картофа (Petrov 2010: 205). Според автора климатът и географските условия са основни при подобно дублиране в селищния календар, като дава пример с планинските райони и картофите.

В двата празника на черешата отново виждаме как имаме сходни климатични условия, благоприятстващи отглеждането на плодовете.

### *Теоретична основа на изследването*

Разнообразието от локални празници, представящи храни и напитки, предизвиква интереса на редица изследователи. Днес у нас се наблюдава разнообразие от специфични селищни празници, които не са характерни за традиционното българско общество. Една част от тях се зараждат през периода на социализма като например празникът „Кюстендилска пролет“ (Казаларска 2022). Други са съвсем нови и се появяват през периода на прехода, както е случаят с „Празник на черешата“, „Празник на тиквата“, „Куртово Конаре Фест“ и мн. други. При Празника на черешата, както и при други подобни празници, интересен е изборът на емблематична култура, свързана с местния поминък, която в случая представя града. В свое изследване Евгения Троева обръща внимание на „Празника на зелето“ в с. Петърч и „Празника на тиквата“ в гр. Севлиево (Троева 2011: 53 – 56).

Монографията на Елица Стоилова „Празници и фестивали на храните: Волоризация на локалното културно наследство“ (2021) е може би най-задълбоченото изследване на празниците и фестивалите на храните в български контекст. В него се разглеждат новите празнични форми и ефекта на глобализацията върху тях. Авторката обръща особено внимание на „Куртово Конаре фест“ и ролята, които фестивалът има върху селото.

Черешата наистина се превръща в знаков поминък за областния град през последния половин век поради факта, че е една от основните отглеждани овощни култури. Много мои респонденти в миналото споделиха, че са изкарвали прехраната си или са си набавяли допълнителен доход благодарение на дребния плод. Подобни празници, свързани с местния поминък на селището, показват локалната идентичност, която може да се изгради около дадена знакова за региона култура. Джералд Крийд (2005) разглежда връзката на поминъка с идентичността през периода на социализма, а подобни тенденции можем да забележим днес и на други празници, честваци локалния поминък.

### *Празникът. Наблюдения от терена.*

Празникът на черешата в гр. Кюстендил обикновено се провежда през последния уикенд на месец юли. Централно място във фестивалната програма заема концертът на градския площад (най-често в пър-

вия ден от празничната програма). В него участие взимат известни български и чуждестранни изпълнители. Така през 2015 г. участие в празника има първата европейска певица с над един милиард гледания в Youtube, INNA. Именно идването на румънската поп изпълнителка допълнително популяризира празника.

През втория ден, събота, започва и същинската програма на фестивала. „Празникът на черешата“ се открива тържествено на площад „Велбъжд“. На него посетителите могат да чуят официалното слово, изградено около развитието на черешарството в региона, в което се акцентира на значението му като местен поминък, върху качествата на произвежданите сортове и върху значението му като продукт, който прославя Кюстендилския край. То започва с думите: *„Черешата е издигната в култ. Тя е не само реколта и начин на препитание, тя е грижа, тя е наследство от род и майката природа, тя е част от живота на трудолюбивия кюстендилец“*. Началото на словото е особено показателно за локалното осмисляне на празника или поне опита да му се придаде значимост като по-нов празник, акцентира се върху категории като род и наследство, поминък, трудолюбие, обич към природата и др. Към края на словото се споменават и официалните гости, дошли на празника: духовни лица и политици. Посещението на фестивала от официални гости, доказва неговата значимост. По този начин на празненството се придава тежест и той се разглежда като празник с национално значение.

Официалната част на тържеството продължава с презентация от страна на Института по земеделие – Кюстендил, който с видео представя над 40 вида череша, селектирани в голямата си част от работещите в него. Неговата работа е презентирана на специален щанд в началото на изложението, на който са подредени разнообразни сортове череша, илюстриращи многообразието на местното черешопроизводство. Тази част от програмата, водена от Института по земеделие, следва тенденцията, отбелязана от Ел. Стоилова в работата ѝ върху фестивалите, според която на локално ниво конкретни култури се представят като уникални, чрез съчетанието на климатични природни дадености и местно трудолюбие – т.е. човешки и природен фактор работят заедно (Стоилова 2021: 23). Дейността на Института и селекцията на множество нови сортове череша заема съществена част в празничната програма. Покрай института и дейността му започва и развитието на овощарството в региона, именно поради тази причина можем да кажем, че той е и институцията най-силно свързана със създаването на самия „Празник на черешата“. В монографията си Стоилова достига до извода, че редица подобни кулинарни фестивали включват и научни презентации, които все по-често стават част от празничната им програма (Стоилова 2021: 54).

Пространството в центъра на града е изпълнено с щандове, а на тях се представят читалищата от община Кюстендил, както и продукцията на местните производители. Вторият ден е посветен на няколко състезания между представителите на читалищата. В тях се провеждат конкурси за: „най-едра череша.“; „атрактивно вешало“; „оригинално черешово табло“ и „най-красив щанд“. В състезанията за едри череши се включват и крупни производители, които се състезават с реколтата си. С нея, на съответния читалищен щанд, те представят и селото си в надпреварата за най-едра череша. В много от случаите те са и хората, предоставящи черешите, нужни за подготовката на различните черешови композиции, които могат да се открият на павилиона на всяко едно село.

Акцент в щандовете представляват художествените произведения, изработени от череши. На тях могат да се видят пана с имената на селата, различни художествени интерпретации по картини на Вл. Димитров-Майстора, както и своеобразни репрезентации на безкрайността<sup>1</sup> (композицията включваше множество спираловидни форми декорирани с черешови плодове). През годините, при мои предишни посещения на празника, съм имал възможността да наблюдавам много различни, художествени решения, аранжирани с череши. Въз основа на дългогодишните наблюдения може да се очертае една промяна в черешовите презентации на фестивала от 2022 г. в сравнение с предходните години. Предишните години производителите и участващите в състезателната програма изработваха по-семпли произведения, трибагренници и др., докато през 2022 г. темите и жанровете са далеч по-многообразни. Подготовката започва няколко месеца по-рано. Още през месец март в част от читалищата на селата, които посетих, разпределях задачите и се представяха идеи за различни композиции. В тази дейност участват предимно по-възрастните жени, като понякога в това занимание биваха увлечени и техните деца. Една от респондентките ми, учител в гр. София, се включваше в подготовката, помагайки на майка си. Нейният принос за фестивала бе изработена от нея фигура на таралеж от череши. Това показва, че фестивалът вече се осмисля като празник, който е достатъчно значим, че да събере разпръснатите из страната семейства, но тук искам да добавя, че са необходими още наблюдения, за да се потвърди тази хипотеза.

Освен селски читалища, които участват на изложението със свой щанд, на тазгодишния фестивал такъв имаше и Общинският съвет на БСП град Кюстендил.<sup>2</sup> Присъствието на подобен партиен щанд беше напълно неочаквано за мен. На въпроса ми: „Как се зароди идеята и Вие

<sup>1</sup> Снимка 1

<sup>2</sup> Снимка 2

да се включите със свой навилцион?“ ми бе даден отговора: „В наши дни хората не харесват партии и да се говори за политика. Според нас партиите трябва да са сред хората. И затова решихме да се включим, за да имаме възможност за социален контакт.“<sup>3</sup> Очевидно празникът се възприема като достатъчно мащабно събитие, което може да служи и за набиране на електорат или поне така е разчетено от членовете на местната организация на БСП. Това доказва присъствието и значението на фестивала в празничния календар на общината.

*„От родителите ни, от прародителите ни, ама си добавяме и по нещо ново“*

През третия ден основно място в празника на черешата заема кулинарната надпревара „Черешки в кухнята“. И тук основни участници са читалищата от селата в община Кюстендил. Надпреварата се провежда в две дисциплини – за традиционно ястие с черешки и за здравословно ястие с черешки.

Палитрата от възможни кулинарни творби е разнообразна. На щандовете се предлагат: торта с черешки, баница с черешки, пита с черешки, кекс с черешки, чийзкейк, тирамису, браунита, стики-тофи пай (карамелен пай с черешки), супа от черешки, печена тиква с черешки, мозайка с кайма и черешки, свинско с марината от черешки и мн. др.<sup>4</sup> В голяма част от тези рецепти черешките са включени по-скоро за украса, а други използват сироп от сладко от черешки като своя съставка.

При разговорите си с жените, представящи щандовете на отделните села, те споделяха, че подготовката за празника понякога започва месеци преди неговото провеждане и в нея се включват най-дейните жени: „Събираме се в читалището и всеки казва какво може да направи“.<sup>5</sup> Понякога една от дамите е водещата фигура и реално тя приготвя всичко. „Отсега си знам, аз подготвям зелника и сладкишите, но не се занимавам в таблата“.<sup>6</sup> Ежегодното участие във фестивала е и движещият мотив жените да развиват кулинарните си умения и да експериментират с нови рецепти, чиято основна съставка е черешата: „Аз станах кулинар като ми се наложи да работя в читалището“.<sup>7</sup> Виждаме как под-

<sup>3</sup> Е. Б. – Жена, видима възраст около 35 години, време на взимане на интервюто 25.06.2022 г.

<sup>4</sup> Снимка 3

<sup>5</sup> Р. К. – Жена, видима възраст около 55 години, време на взимане на интервюто 25.06.2022 г.

<sup>6</sup> Г. Х. – Жена, видима възраст около 50 години, време на взимане на интервюто 02.03.2022 г.

<sup>7</sup> М. П. – Жена, видима възраст около 55 години, време на взимане на интервюто 26.06.2022 г.

готовката на празника зависи от много фактори — организационни, финансови, лични и др.

За подобен тип селищни празници, връзката с традиционната култура е особено важна. Не случайно на празника има награди за традиционно ястие с череши. Както отбелязах по-рано, черешата е култура, която до скоро не е била толкова разпространена в региона. Вероятно това е причината тя да не се е наложила като постоянна съставка в „традиционните“ рецепти. Съхранението в традиционния период на плодове се среща единствено под формата на ошав, а сведения за ошав от череши не се срещат у нас. Това обаче не спира голяма част от участниците да интерпретират елементи от гозбата си като традиционни: *„Рецептите са от стари рецепти, но с нова аранжировка. Ето например тази празнична солена торта, зеленият микс. Това на времето старите хора са си правели миш-миш, всичко което е излизало на полето, са го слагали, защото е здравословно, чесън, копър. Ето и ние вече иновативно. Много добре се допълват като вкусови качества, продуктите са здравословни, традиционни, а черешите се слагат малко като за декорация“*.<sup>8</sup> Подобен тип частична връзка със старите рецепти говори за стремежа да представят своята култура като стара и автентична, което да придаде тежест и стойност на продуктите от нея. А „рецептите на бабите“ са описвани и като екологични или полезни, поради някоя своя съставка: *„Ние готвим с каквото са имали хората в мазето, а то става и много полезно така“*.<sup>9</sup> Традиционното и екологичното вървят ръка за ръка като еталони за качество на представените гозби. Почти винаги продуктите, отглеждани в миналото, автоматично се разглеждат като екологични днес. Други обяснения включват дори и разказ за приготвянето на гозбата в миналото: *„Ето това нещо едно време като им е оставало тесто, за да се зарадват децата, са го правили на такива лодки с черешки“*.<sup>10</sup> Моя респондентка участваше в кулинарния конкурс със супа от череши, тя сподели: *„Тази супа е [...] видях рецептата за нея в много стара книга с рецепти, аз я нося“*.<sup>11</sup> Дори беше донесла книгата и ми я показа. При разгръщане на книгата се оказа че тя е от 1983 г., но отново събеседницата ми наблегна на това, че тя е стара. Виждаме как социализмът се мисли като един вече отдавна отминал период. И дори рецептата от него може да започне да се разглежда

<sup>8</sup> М. П. — Жена, видима възраст около 55 години, време на взимане на интервюто 26.06.2022 г.

<sup>9</sup> М. П. — Жена, видима възраст около 55 години, време на взимане на интервюто 26.06.2022 г.

<sup>10</sup> М. П. — Жена, видима възраст около 55 години, време на взимане на интервюто 26.06.2022 г.

<sup>11</sup> А. Я. — Жена, видима възраст около 70 години, време на взимане на интервюто 26.06.2022 г.



почти като традиционна. Много е вероятно вариациите в сладкарството в домашна обстановка да съответстват на дефицита на стоки през социализма и да се отнасят за този период и това да означава „едно време“ за респондентката.

Една от най-впечатляващите рецепти е тази на зелник с череши. Характерният за региона зелник представлява баница със зеленина в центъра си: *„Коприва, праз лук, лапад, киселец или каквото имаш зелено, слага се, дори листа от цвекло“*.<sup>12</sup> Някои от читалищата се опитваха да включат тези запържени зелени съставки на зелника в рецепти, съдържащи и череши.<sup>13</sup> Подозирам, че подобно кулинарно начинание е особено предизвикателно. Тук виждаме съчетанието на двете емблематични храни за региона, от една страна това е най-типичната местна рецепта – зелника, а от друга, по-късно разпространената се череша. По този начин идеята за локална идентичност се дублира. Не случайно в съседното село Шишковци се организира фестивал на зелника с името „Балканска черга“. На него в селото идват участници от Сърбия и Македония и има специална надпревара за най-вкусен зелник.

Други местни любители кулинари залагат на гурме кухнята. В този случай гурме кухнята е начин да представят местната култура. Тя да бъде включена и в съвременните процеси, като по този начин може да бъде надскочен регионалният маркер. Една от респондентките ми сподели: *„Аз съм си любител на гурме и всяка година се старая и си мисля как най-добре да представя вкусово черешата“*.<sup>14</sup> Тя например участваше с пълнени портокали с череши и козе месо със сос от череши.<sup>15</sup> Вдъхновението на събеседниците ми често е породено от кулинарни предавания, без значение дали те са български или чуждестранни. Една от дамите дори се похвали, че е готвила с Ути Бъчваров. Понякога в журито, отговарящо за избора на най-добрите ястия на фестивала, са включват известни телевизионни кулинари, през 2017 това е Иван Звездев. Влиянието на тези готвачи безспорно можеше да се усети в избора на рецепти, а техният глас дава легитимност на представените рецепти.

Освен че имат представителен характер, всичките храни, съдържащи череши, участват в кулинарното състезание. Особено важна е демонстрацията на опит, който може да се разглежда като визуализа-

<sup>12</sup> М. М. – Жена, видима възраст около 70 години, време на взимане на интервюто 20.03.2022 г.

<sup>13</sup> Снимка 4

<sup>14</sup> Х. Р. – Жена, видима възраст около 35 години, време на взимане на интервюто 26.06.2022 г.

<sup>15</sup> Снимка 5

ция на наследството или като негово преиграване (Стоилова 2021: 53). А победителите биват наградени и придобиват нов статут.

### *Състезателни игри*

Състезателните игри с череша са друг елемент от програмата на фестивала в неделния ден. Неговата задача е да повдигне настроението на гостите. На празника през 2022 г. състезателните надпревари се представят с имената: *Игра за силни мъже* (Клякане с касетка с череша); *Игра за сръчни жени* (Изваждане на костилки); *За всички, които обичат череша* (Надяждане с череша). Прави впечатление, че игрите са свързани с черешата, нейната обработка и бране. Този тип надпревари са характерни и за други подобни селищни празници: „Празника на динята“ в Салмов; „Празника на чушките“ в Мараш; „Празника на горнооряховския суджук“ и мн. др. (Троева б.г.: 58 – 62). Повечето празници, свързани с местния поминък включват подобни състезателни игри, а самите те почти винаги имат елементи на надяждане, демонстриране на умения при силови или трудови дейности, свързани с обработката на представената местна култура. Освен това се забелязва и полово разделение при тези игри, ако те се свързват с надяждане или със силов характер, основните участници са мъже, а в тези, свързани с преработката на местния продукт, се включват по-често жени.

*„Тази година не сме се събрали да празнуваме празника на черешата, а сме се събрали да празнуваме погребение на черешата“*

През последните години можем да забележим редица трудности, пред които са изправени черешопроизводителите. Неуредици при собствеността, раздробяване на обработваемите имоти, инфлацията, както и трудностите, породени от Ковид пандемията. При провеждането на „Празник на черешата“ през 2022 най-силно впечатление ми направи един цитат, който чух от представителката на едно от читалищата, агроном по професия, преди започването на празника: *„Тази година не сме се събрали да празнуваме празника на черешата, а сме се събрали да празнуваме погребение на черешата. Тази година не беше лесна за дребните производители и вече почти няма смисъл да ги работим“*.<sup>16</sup> Думите са породени от ниските изкупни цени и трудностите с излизането на пазара пред дребните черешопроизводители. И други споделяха тези впечатления по време на фестивала и преди него. Основен проблем са ниските изкупни цени, които през последните години варират между 60 ст. и 1 лв. Дребните производители не могат да открият сигурни

<sup>16</sup> З. В. — Жена, видима възраст около 65 години, време на взимане на интервюто 26.06.2022 г.

пазари за своята продукция, а нетрайните плодове на черешата се развалят бързо. Отрицателният демографски прираст се отразява и на сектора — липсата на берачи през последните години се превръща в един от основните проблеми пред черешопроизводителите. Когато пък такива се намерят, надниците, които искат, са в размери, които не оправдават начинанието. Много от респондентите ми споделят, че през последните 5 години се отказват от поддръжката на черешовите си насаждения. Друг проблем пред дребните производители на череша е раздробената собственост на градините със среден размер от 8 дка (Вълканов 2015). Голяма част от дребните производители не приемат и новите селектирани сортове, а разчитат на старите сортове, познати им от периода на социализма: „Ние си гледаме козерска и б...“<sup>17,18</sup>

Географията на производството също търпи промени. Популярният с черешите си Кюстендилски край от години е в упадък със силно раздробена собственост на градините, стари насаждения и сортове. Дребните стопани не полагат адекватни грижи за градините, в резултат на което продукцията е с ниско качество и отива основно за преработка.

Различна бе ситуацията за едрите производители, които в повечето случаи откриват пазари и успяват да спечелят субсидии по различни европейски програми. Най-изгодни се оказват тези, стимулиращи отглеждането на млади дървета. Разговарях с двама такива едри производители, които, въпреки възможностите за продажба на продукцията си и допълнителното финансиране от ЕС, споделят за проблемите с отсъствието на берачи, което остава пречка и за по-дребните и за по-едрите производители.

Разглеждайки празника на черешата, се осмелявам да твърдя, че в град Кюстендил отглеждането на череша се превръща в маркер на локалната идентичност. Това, което обединява местното население, е не толкова експериментирането с вкусове на различни гозби, пригответни с череша или красивите пана, направени от череша, а споделената работа, която кара местните да се чувстват част от празника. Голяма част от жители на града и околните села са участвали в работния процес, свързан с черешовите им насаждения. Повече от петдесет години отглеждането на овошките, брането им и продажбата на плодовете е основен поминък за много кюстендилци. Смятам, че споделеният опит и труд по грижата за тях, може да е нещо, което да изгражда чувство за принадлежност. Теренните ми наблюдения показаха, че отглеждането на череша остава маркер за престиж в региона и до днес. „Празник

<sup>17</sup> Сортове, навлезли през 50-те и 60-те години на XX век.

<sup>18</sup> Г. Р. — Мъж, видима възраст около 70 години, време на взимане на интервюто 21.03.2022 г.

на черештата“ в град Кюстендил е безспорно посветен на основната отглеждана култура в региона и до скоро поминък за голяма част от населението на областния град и селата около него. Макар черештата да става масова култура за региона едва през последните 70 години, тя се налага като един от символите на града. Имайки претенциите да се заяви като маркер на локална идентичност, конструирана около една култура – и това, което липсва на тази култура се изобретява, набавя се изкуствено – автентичност, традиционност, древност и т.н.

Тридневният празник предлага разнообразна програма, в която участват основно читалищата от близките села. Особено интересни са различните рецепти, включващи череши и участващи в кулинарното състезание „Череши в кухнята“. Търсенето на връзка с рецептите на предците ни и продуктите, които са използвали те, се оказва ясен пример за стремежа им да представят своята култура като стара и автентична, което да придаде тежест и стойност на продуктите от нея. Бъдещо проучване ще покаже, дали някоя от рецептите с течение на годините няма да получи маркера „традиционен“ и да се превърне в нова емблема на региона. Според мен това е въпрос не само на време, но и на добра реклама, както и на подобаващо развитие на бранша.

Въпреки празничната обстановка обаче дребните производители споделят в разговорите си с мен трудностите, свързани с оглеждането на череши и проблемите, които срещат при продажбата на продукцията си. Този широко разпространен в региона поминък днес се превръща все повече в земеделски отрасъл, изискващ високо ниво на ангажираност, а дребните производители все по-често не могат да отдадат нужните грижи на овощните си насаждения. Въпреки това „Празник на черештата“, вече е неизменна част от празничния календар на град Кюстендил.

### Литература:

- Венедиков, И. 1981.** *Развитие на земеделието по българските земи*, София, Земиздат.
- Вълканов, Н. 2015.** Производство на череши в България. Анализ на пазара и перспективите. <[https://inteliagro.bg/sites/default/files/free\\_files/2369989c-b4d0-41bb-97f9-871ea01c1bc3Cherry\\_Growing\\_in\\_Bulgaria\\_InteliAgro.pdf](https://inteliagro.bg/sites/default/files/free_files/2369989c-b4d0-41bb-97f9-871ea01c1bc3Cherry_Growing_in_Bulgaria_InteliAgro.pdf)>
- Стоилова, Е. 2021.** *Празници и фестивали на храните: валоризация на локалното кулинарно наследство*, Пловдив, УИ „Паисий Хилендарски“.
- Казаларска, С. 2022.** Празникът „Кюстендилска пролет“ и социалистическата празничност. „Изобретяването“ на празника. *Български фолклор*, 1.

- Троева, Евг. 2011.** Съвременни селищни празници в България. *Светът на българина през XX век*. Е. Георгиева, Н. Годорова (съст.), 52 – 64. София, Парадигма.
- Троева, Евг. 2019.** Кулинарни празници. *Българска етнография*. <https://balgarskaetnografia.com/praznici-iobichai/selishtni-praznici/kulinarni-praznitsi.html>
- Крийд, Дж. 2005.** *Опитомяване на революцията*, София, Апострофи.
- Petrov, P. 2010.** Die Inszenierung regionaler Nahrung. Agrarprodukte und Festivalisierung in Bulgarien. **H. Kalinke, K. Roth, T. Weger (Hg.)**, *Esskultur und kulturelle Identität. Ethnologische Nahrungsforschung im Östlichen Europa*, 205 – 219. München: Oldenbourg.

**Списък на респондентите:**

- З. В. – Жена, видима възраст около 65 години, време на взимане на интервюто 26.06.2022 г.
- М. П. – Жена, видима възраст около 55 години, време на взимане на интервюто 26.06.2022 г.
- А. Я. – Жена, видима възраст около 70 години, време на взимане на интервюто 26.06.2022 г.
- М. М. – Жена, видима възраст около 70 години, време на взимане на интервюто 20.03.2022 г.
- Х. Р. – Жена, видима възраст около 35 години, време на взимане на интервюто 26.06.2022 г.
- А. Я. – Жена, видима възраст около 70 години, време на взимане на интервюто 26.06.2022 г.
- Е. Б. – Жена, видима възраст около 35 години, време на взимане на интервюто 25.06.2022 г.
- Р. К. – Жена, видима възраст около 55 години, време на взимане на интервюто 25.06.2022 г.
- Г. Х. – Жена, видима възраст около 50 години, време на взимане на интервюто 02.03.2022 г.
- Г. Р. – Мъж, видима възраст около 70 години, време на взимане на интервюто 21.03.2022 г.

## „ОВОЩНАТА ГРАДИНА НА БЪЛГАРИЯ“. ЗА КОНСТРУИРАНЕТО НА ЕДИН СИМВОЛ

Доц. д-р Виолета Коцева  
Катедра „Етнология“, Исторически факултет,  
СУ „Св. Климент Охридски“

**Анотация:** Статията разглежда процеса на конструиране на символното наименование „Овощната градина на България“ за района на гр. Кюстендил и Кюстендилската котловина в годините на социалистическото управление в страната. Показва се как с течение на годините от 70-те години на миналия век то постепенно се превръща във важен маркер на локалната идентичност. Значението му днес не избледнява и продължава да има стойност в процеса на локално културно осмисляне, макар и при значително намаления капацитет и стойност на овоцарството в региона в преходните години. През призмата на Празника на плодородието се изследва демонстрацията на тези локални форми на идентичност, която, макар и конструирана отвън, се превръща в *своя, традиционна, древна, автентична*. Външният символ се превръща във вътрешен и подхранва културното осъзнаване на местно ниво.

Изследването стъпва върху данните от теренно проучване, от архива на Института по земеделие – гр. Кюстендил, както и върху сведенията от наличната литература.

**Ключови думи:** локална култура, поминък, идентичност, етнология

**Abstract:** The article examines the process of constructing the symbolic name „The Orchard of Bulgaria“ for the region of the town of Kyustendil and the Kyustendil valley during the years of socialist rule in the country. It shows how, over the years since the 1970s, it has gradually become an important marker of local identity. Its importance today does not fade and continues to have value in the process of local cultural interpretation, although with the significantly reduced capacity and value of fruit growing in the region in the transition years. Through the prism of the Fertility Festival, the demonstration of these local forms of identity is explored, which, although constructed from the outside, becomes one`s own, traditional, ancient, authentic. The external symbol becomes internal and feeds cultural awareness at the local level.

The research is based on data from a field survey, from the archive of the Institute of Agriculture – Kyustendil, as well as information from the available literature.

**Keywords:** Local Culture, Livelihood; Identity, Ethnology

Акцентът в настоящото изследване – индустриалното овощарство в района на гр. Кюстендил и неговите символни измерения, попада в широката рамка на интензивното земеделско производство, развивано в годините на социализма в рамките на плановото земеделие. Съвременният етноложки прочит разкодира потенциала на един късно и вторично развит поминък да формира локална идентичност и да се превръща в културен маркер, проектиран в различни сфери от ежедневието. Именно това е и целта на настоящото изследване – проследяване на механизмите, по които този външен за региона поминък се превръща в негова емблема и има потенциала да репрезентира целия регион като носител на културни традиции и символни морално-етични форми на нематериалното наследство.

Изследването се базира на теренни етнографски методи, съчетани с проучване на архивните източници, съхранявани в архива на Института по земеделие, гр. Кюстендил и в ДА – Кюстендил. Наличната литература, посветена на Кюстендил и Кюстендилската котловина, също предоставя допълващи сведения по изследваната тема, като дава основата, върху която да бъдат открити процесите на трансформация.

Цялостното проучване е проведено като съществена част от проекта „Кулинарни традиции и културно-историческо наследство в малки населени места: изобретяване, популяризиране, конструиране“<sup>1</sup> в периода 2018-2022 г. В рамките на проекта бяха посетени редица населени места и наблюдавани множество проявления на локални културни форми в контекста на различни празници и фестивали. Последните, макар да нямат пряко отношение към изследвания проблем, задават широката рамка на анализа, показвайки сходни процеси в различни райони. Това в значителна степен дава увереността, че направените изводи могат да се прехвърлят върху по-голям проблематичен кръг, надскачайки регионалната рамка и да претендират за известна универсалност. В този смисъл анализът се доближава до изследване на частния случай, който задава модела на процесите, очертани от широката териториална рамка на посочения проект.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Проектът „Кулинарни традиции и културно-историческо наследство в малки населени места: изобретяване, конструиране и популяризиране“ е финансиран от Фонд „Научни изследвания“, с ръководител проф. д-к Веселин Тепавичаров; гл. ас. д-р Петя Василева-Груева.

<sup>2</sup> В рамките на проекта бяха посетени редица населени места в районите на Смолянско, Ломско и Кюстендилско.

В заглавието заявявам, че ще проследя конструирането на понятието „Овошната градина на България“ (с вариация „Ябълковата градина на България“ заради доминацията предимно на ябълкови насаждения). По-специален обект на интерес е начинът, по който то се налага и осмисля като маркер на локалната идентичност. Увеличителното стъкло за наблюдаването на този процес ще бъде съвременната празнична система на град Кюстендил, чиято основа представляват именно честванията, свързани с плодородието и вегетативния цикъл на растенията. Тук визирам превърналото се вече в традиция отбелязване на настъпването на пролетта на 21 март (Кюстендилска пролет), Празника на черешата и Празника на плодородието, като последният ще е с най-голяма тежест в изследването, поради обобщаващия му характер.

### *Теоретична рамка:*

Изследването попада в няколко теоретични полета, които задават широката рамка на анализите на фестивалната култура, на идентичността и на колективната памет. Тъй като заглавието обаче поставя акцента върху конструирането на едно символно понятие, редно е още в началото да отбележа, че изходна точка за работата е тезата на Кл. Гийрц за човешката дейност, разположена в създадени от самия него мрежи от значения. В този смисъл и работата на антрополога според него е да търси именно тези значения (Geertz 1973: 5).

В унисон с изследването на Е. Стоилова (2021) Празникът на плодородието в гр. Кюстендил се разглежда като смесица *от елементи на традиционна празничност, градски и селски панаири* с добавянето на иновативни елементи, чиято цел е да подпомагат локалната идентичност (Стоилова 2021: 7). Напълно съм съгласна с твърдението на авторката, че те са в унисон с градивната им функция при конструирането на колективната памет (пак там). Бих добавила, че в нея селективно се вписват елементи, чийто внимателен подбор е символен и в значителна степен компенсаторен в годините на всеобхватна криза.

Нарастването на фестивалите и празниците, посветени на храни и напитки, има една особеност, свързана с търсенето и осъзнаването на традиционни технологии и продукти, като опит за връщане към някакви мислени, въобразени или реални традиции. Най-често това е свързано с тяхното предииндустриално производство, предимно за домашна употреба (Стоилова 2021: 8). Празникът на плодородието в гр. Кюстендил показва отлика от тази тенденция, тъй като овошарството е късен поминък за региона и е свързано най-вече с дейността на Института по земеделие. Т.е. традиционните знания и паметта за тяхната стойност в този аспект отстъпват на индустриалното произ-



водство. Въпреки това празникът се налага като маркер за региона и се превръща в негова символна емблема. Както и в останалите случаи обаче и тук става въпрос за нова празничност (Гаврилова 2020), която не е позната от традиционния период (Троева 2011: 52). Напълно се придържам към направения от П. Петров извод, че развитието на подобни празници зависи от разпределението на земеделските култури в различните региони на страната (Petrov 2010: 205). Пример за това са Празникът на плодородието в Кюстендил, Празникът на розата в Казанлък, Куртово Конаре фест и др.

В по-широк план анализът следва идеята за въобразяването на традицията, чрез изваждане на отделни елементи от нея и добавянето им на качествата автентичност и древност, като не е задължително те да имат връзка с локалните обредност и празничност (Бокова 2000: 55; Папучиев 2021: 17).

### *Развитие на овощарството в района на гр. Кюстендил*

Шестото и седмото десетилетие на XX в. са времето, в което постепенно овощарството и индустриалното производство на плодове се превръщат в маркер на града и той започва да се нарича Овошната градина на България. Това се отразява както в празничната структура и културния календар на общината, така и в символното изобразяване на града. Това е завършека на десетилетното бавно и постепенно превръщане на града в овощарски център.

През традиционния период като част от земеделското производство овощарството има периферно значение по отношение на далеч по-значимото зърнопроизводство. То не се свързва пряко с изхранването на семейството и общността, а има допълващо значение. Причината за това до голяма степен се корени и в нетрайността на повечето плодове при липсата на знание за тяхното съхраняване. Димитър Маринов посочва обаче, че българският селянин „счита овощните дървета като другари на своята къща, на своето гумно“ и още че „двор без дърветата не е двор“ (Маринов 1984: 794). По-нататм той посочва, че са познати няколко вида ябълки, круши, прасковата, черешите, мушмулата и др. Показателно за второстепенното значение на овощарството в нашата традиция е и беглото внимание, което му отделя Хр. Вакарелски. На фона на детайлните му описания на другите земеделски дейности, правят впечатление едва десетината реда, в които се споменава, че овощарството има традиции по нашите земи от Средновековието и още Климент Охридски учи паството си да облагородява диви плодни дръвчета. Опирайки се на езикови данни, той стига до извода, че отглеждането на овошки е древно знание по нашите земи (Вакарелски 2007: 114 – 15). Като добавъчно занятие на населението е определено

и овощарството в тритомната Етнография на България. Отбелязва се, че овощки се отглеждат и всяко семейство притежава такива като отделни дървета в стопанския двор или като единични дървета за сянка и плод по нивите, но обособяването на отделна овощна градина *врѣтъ* или *перивол*, е рядко срещано (Етнография 1983: 24). Посочва се още, че овощните дървета са отглеждани и се свързват със славянската и българската древност, добавят се сведения от Средновековието, както и че османското завладяване на българските земи играе задържаща роля по отношение развитие на овощарството (Етнография 1983: 23 – 24). Последното твърдение остава неаргументирано, особено като се има предвид, че пак там се посочва навлизането на нови сортове именно по линия на контактите с османските турци (Етнография 1983: 24). Въпреки второстепенното им значение овощките и ражданията от тях плодове са част от личната и семейна собственост и като такива биват санкционирани от българското обичайно право. Нормата касае преди всичко мястото на засяване и собствеността върху плодовете. Така например ако някой засее дърво върху чужд имот, плодовете са собственост на имотопритежателя, а ако дървото с клоните си влиза в съседен имот, то съседът може да ги обере или е в правото си да отсече клона (Маринов 1995: 206; 209). Макар и бегли тези данни обобщават картината: овощките са познати, но се отглеждат за лична консумация предимно в прясно състояние, докато обособените овощни градини са рядкост.

В тези обобщаващи съчинения по българска етнография Кюстендилската котловина никъде не фигурира с маркера си на център на овощарството. Косвено сведение ни оставя Йордан Захариев, който казва, че хората от селата в Кюстендилското краище, разположени в по-ниските части на региона, по-лесно прекарват Петровите и Богородичните пости, защото в тях виреят овощки и дават на хората ябълки, круши и др., които те консумират на туршия, „без сол, разбира се“ (Захариев 1918: 99). Тези сведения за мястото на плодовете в хранителната диета на българите показват тяхното периферно значение, съответстващо на мястото им в земеделските дейности.

Овощарството в Кюстендилската котловина в съвременността започва да се развива и се поставя на научни основи едва след Освобождението. Това е част от националния процес, в който агрообразованието, просветените чиновници и новите техники въвеждат, по думите на Р. Гаврилова, *азбуката на модерното селско стопанство* (Гаврилова 2016: 93). Първите две десетилетия на ХХ в. са времето, в което постепенно производството на вино, плодове и зеленчуци заедно с индустриалните храни започват да доминират на вътрешния пазар и да реализират продукцията си на външния, макар че едва около 100 души в страната се занимават с отглеждане на фиданки и повече разчитат

на вносни дръвчета (Гаврилова 2016: 92 – 94). За попълване на хронологията на историята на овощарството в региона особено полезен се оказва разговорът с научния секретар на Института по земеделие – гр. Кюстендил, както и предоставения ми архив на учреждениято.<sup>3</sup> По нейните думи две са основните събития, които променят както овощарските традиции в региона, така и културния пейзаж. До края на XVIII – началото на XX в. в Кюстендилската котловина и селищата в нея се отглеждат предимно лозя и сливови градини. Доколкото овощки се саят, те са под формата на единични насаждения, а не на обособени градини. Големият прелом настъпва с разпространението на болестта филоксера по лозята и тяхно почти пълно унищожение. За пръв път филоксерата е установена през 1884 г., но поради нивото на борба със заболяването в края на XIX в., тя се разпространява бързо и няма механизъм, по който да бъде ограничена. Местното население е принудено да се ориентира към друга култура, като освободените земи постепенно се насаждат с вносни сортове овощки – ябълки, сливи, круши. Вносът се осъществява най-вече от Турция по линия на единични пренасяния на фиданки, докато се стигне до тяхното прихващане и разпространение на местна почва.

Втората голяма промяна е свързана с разпространението на вирусното заболяване шарка по овощките, която засяга основно сливовите насаждения в региона, другата традиционна култура след лозята. Болестта се разпространява много бързо. Така двете болести – филоксерата по лозята и шарката по сливовите насаждения заличават традиционно отглежданите плодове в региона и отварят пространство за навлизането на нови такива.

След изкореняването на сливовите насаждения се отварят нови, свободни пространства земя, които следва да бъдат запълнени с нови култури. Така постепенно в навечерието на Втората световна война и в годините, в които страната все още не е активен участник в нея постепенно навлиза и черешата, за да стане тя, наред със сливата и ябълката, емблема на целия регион.

### *Институционализиране на овощарството в Кюстендилско*

От особено значение за развитието на овощарството в региона е неговото институционализиране. Необходимостта от това се осъзнава особено силно след 1925 г. Тя е свързана с първия през посочената го-

<sup>3</sup> Доц. д-р Анелия Борисова-Крумova. Разговорът се проведе в Института по земеделие – гр. Кюстендил, 16 март 2022 г. Тук е моментът да изкажа моята лична благодарност за топлия прием и проявената готовност за разговор, както и за предоставения ми достъп до архива на Института по земеделие – гр. Кюстендил.

дина износ на плодове от Кюстендил и региона и трудностите, които срещат производителите при липсата на централно звено, което да координира и подпомага този процес. В резултат на това през 1929 г. със Заповед на Министерство на земеделието и държавните имоти<sup>4</sup>, в отговор на Указ на цар Борис III, е открита Овощарска опитна и контролна станция – гр. Кюстендил. През 1944 г., при смяната на режима, Опитната станция е трансформирана в Овощарски изпитателен институт. Неин наследник и правоприемник днес се явява Институтът по земеделие в града, който е създаден с Постановление на Министерски съвет през 2000 г. Днес той е структурно звено от Селскостопанската академия в София. Макар да не е най-големият, той е един от най-големите институти, общо 28 на брой, в нейния състав. Дейността на Института е насочена в различни направления – селекция на нови сортове, поддържане на генофонд, проучване на болести при овощките, поддържане на опитна станция и опитни полета, организиране на традиционните изложения на плодородието, разпространение на продукцията чрез сключване на нови и подновяване на стари договори в страната и чужбина. Сред задачите му са още и внедряването на български и чужди постижения, както и оказване на помощ на земеделските производители (Алманах 2007: 4; 75 години 2004: 9; 90 години 2019: 2 – 3).

Голямата успеваемост в процеса на селектиране на овощките секретарят на Института отдава на обстоятелството, че опитните полета са разположени в най-суровото откъм климатични дадености място в Кюстендилската котловина – в землището на близкото село Ябълково. Поради минаващата в близост р. Струма и въздушните течения, образувани в нейното корито, районът на с. Ябълково се отличава със значително количество слани, както и с по-ниски от обичайните за региона температури. Това, според секретаря на Института, води до устойчивост на селектираните сортове – *ако оцелеят тук, ще оцелеят навсякъде*.

Пак по думите на секретаря на Института климатичните и природни условия на Кюстендилската котловина са особено благоприятни за развитието на вкусовите качества, които кюстендилските овощки имат – сладост, хрупкавост и сочност. Това се благоприятства от голямата амплитудна разлика в дневните и нощни температури. Към това се добавя и разработването на специална махalebка – подложка, която позволява насажденията да не растат високо при добре образувана коренова система. Последното е от особено значение за черешите, при които ниската височина значително улеснява беритбата.

<sup>4</sup> Под това име Министерство на земеделието съществува в периода 1911 – 1947 г., с прекъсване 1934 – 35 г.

### *Празниците на града и символното представяне на плодородието в тях*

В празничната система на гр. Кюстендил в средата на ХХ в. се открояват два съществени акцента, които изместват традиционните празнувания като общи съвместни чествания. Това са отбелязването на деня на пролетното равноденствие, известен като Празник „Кюстендилска пролет“ и Празникът на плодородието. Впоследствие към тях се добавя и новият Празник на черешата, който обаче бързо бива припознат от местното население и заема подобаващо място в културния календар на общината. Причините за това са, че символното му значение се вписва чудесно в семантиката на градското пространство, на местното стопанско развитие и допълва цялостната визия на града като град на овощките и плодородието.<sup>5</sup> Въпреки че Празникът на черешата няма да е във фокуса на изследването ми, тук само ще си позволя да отбележа неговата символна стойност като продукт, производство, ангажираност, локална репрезентация. Всичко това ми се струва много ясно отразено в сборника песни, който е публикуван през 1998 г. Книгата носи емблематичното заглавие „Черешчица род родила“ (Черешчица 1998) и на корицата е изобразена прочутата „Мадона“ на Владимир Димитров-Майстора. По този начин в едно символно поле се поставят плодородието, рода, невинността – все категории от традиционната култура, които са призвани днес да се превърнат в основа на новата символна идентичност на региона.

Празникът „Кюстендилска пролет“ възниква през 1966 г., когато денят 21 март е обявен за официален неработен ден за града. Според кратката информация на сайта на Община Кюстендил<sup>6</sup>, той наследява древни чествания, които са свързани с вегетацията и зараждащата се природа. Календарно съвпада с пролетните празници (по стар стил празникът Св. 40 мъченици се отбелязва точно на 21 март), свързани със затоплянето на земята и постепенното ѝ събуждане и обръщане към лято. Според културния афиш на общината *„Празникът „Кюстендилска пролет“ е осъвременено културно наследство и пресъздаване на древната местна традиция; той е съчетание от култовите практики на траки и римляни и почитта им към соларните божества и лечители Асклепий, Хигия, Телесфор, Аполон и Дионис. Допълнен от християнската семантика на Средновековието, с интерпретации на легендата за Свети*

<sup>5</sup> В текста умишлено избягвам детайлното разглеждане на Празника на черешата, поради посветената на него специална статия в В. Балтаджиев (виж неговия текст в настоящия сборник).

<sup>6</sup> <http://kustendil.com/bg/culture/view/1/1/%D0%9A%D1%8E%D1%81%D1%82%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D0%B8%D0%BB%D1%81%D0%BA%D0%B0-%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%BB%D0%B5%D1%82>, посетен 14. 02. 2023 г.

Четиридесет мъченици и посветеното им оброчище на хълма над града – Хисарлъка.<sup>7</sup> От 1966 г. празникът се развива по специално изготвен сценарий. Той включва избор на мис „Кюстендилска пролет“ с две подгласнички, които приемат и следващата година предават символите на града. Това са: плодове (символизиращи плодородието), вода (символ на минералните извори в града) и пита хляб. Така плодородието на Кюстендилската котловина се вплита трайно в символиката на града и от 60-те години на миналия век се превръща в белег на локалната осъзнатост и свързаност. Доказателство за това е и обстоятелството, че празникът е патентован през 2010 г. (патентът е подновен през 2018 г.) в Патентно ведомство на Република България с името „Кюстендилска пролет“ в няколко направления (по Ницската класификация) в това число реклама, образование, обучение, развлечения, спортна и културна дейност и др.<sup>8</sup>

Доказателство за символиката, която се вплита в значението на плодовете като белег на локалната идентичност, е и обстоятелството, че плодородието, като местен символ, намира място и в хералдическото изобразяване на града. Първият герб на гр. Кюстендил е създаден по проект на Теофил Кемилев през 1960 г. и представлява испански щит, разделен на две полета, в горното на червен фон е изобразена голяма ябълка и малка петолъчка, а в долната, на син фон – минералните извори. Историческото минало на града се символизира от горната част на герба, оформена като крепостна стена. Този герб е символ на града до 1976 г. Вторият, в сила от 1976 г. до днес, е разработен от художника Кирил Гогов. Той е във формата на т.нар. френски щит с четири полета в син и червен цвят с последователно изобразени в тях крепостна кула, лилия, ябълков цвят и храма на бога-лечител Асклепий.<sup>9</sup> Плодородието присъства и в двата герба на Кюстендил и по този начин бива заявено като важен елемент от локалната идентичност.

Една от инициативите на Института по земеделие в гр. Кюстендил е организирането и провеждането на Празника на плодородието. Той се състои в края на активния земеделски сезон, през есента, обикновено в края на месец септември. Още в годините преди Освобождението през 1869 г. на територията на гр. Кюстендил се провежда първата овощарска изложба. С течение на годините изложбата не следва

<sup>7</sup> <http://kultura-kn.info/celebration/8/%D0%BA%D1%8E%D1%81%D1%82%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D0%B8%D0%BB%D1%81%D0%BA%D0%B0-%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%BB%D0%B5%D1%82-kyustendil-spring>, посетен 14.02.2023 г.

<sup>8</sup> [https://portal.bpo.bg/bpo\\_online/-/bpo/mark-detail](https://portal.bpo.bg/bpo_online/-/bpo/mark-detail), посетен на 14.02.2023 г.

<sup>9</sup> [https://bg.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D0%B5%D1%80%D0%B1\\_%D0%BD%D0%B0\\_%D0%9A%D1%8E%D1%81%D1%82%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D0%B8%D0%BB](https://bg.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D0%B5%D1%80%D0%B1_%D0%BD%D0%B0_%D0%9A%D1%8E%D1%81%D1%82%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D0%B8%D0%BB), посетен 14.02.2023 г.

някаква регулярна цикличност и не успява да се заяви като важно събитие в културния календар на града. Нерегулярните изложения не създават усещането за ежегоден празник. Едва в годините на социализма Празникът на плодородието започва да се провежда регулярно и заема мястото си като ежегоден събитие в календара на града. Легитимацията му в социалистическия период идва по линия на присъствието на гости от столицата, като често празникът е удостояван и от гостуването на първия в държавата по това време – Тодор Живков. Така постепенно този регионален преглед на овошките добива значението на национално събитие и заявява индустриалното овощарство като основна дейност в региона и негова емблема. Така той напълно се вписва в усилията на управляващата в годините на социализма комунистическа партия да изгражда групови идентичности от национален тип въз основа на локални маркери (Папучиев 2021: 13).

След промените през 1989 г. настъпват трудни години за Института по земеделие и той едва съумява да оцелява при променените условия на пазарната икономика, реституцията на земята и др. В тези години, поради липса на достатъчно финансиране, но с надеждата за по-добри времена и да не се прекъсва традицията, Института по земеделие продължава да организира малки изложения на плодове в собствената си сграда.<sup>10</sup> Те обаче са далеч от мащаба и присъствието на градските изложения на плодове, остават затворени в сградата на института (който се намира в прилежащото на гр. Кюстендил село Ябълково) и поради сравнителната му отдалеченост, не се радват на особена посещаемост през годините. В началото на новото хилядолетие традицията на овощарското изложение под името Празник на плодородието е възстановена по инициатива на Института по земеделие. Това е и времето, в което празникът постепенно се превръща в маркер на локалната култура и идентичност за жителите на гр. Кюстендил и региона. След тягостното и несигурно време на 90-те години в Празника на плодородието кюстендилци носталгично припознават връщането към едно по-бляскаво минало на града през вторичното осмисляне на региона като център на овощарството, като *Овошната градина на България*.

От значение за анализа е именно Празникът на плодородието, който се вписва в тенденцията на фестивализиране на елементи от локалната култура с цел тяхното популяризиране, заявяването им пред широка общественост, припознаването им както от местни, така и от външни и в крайна сметка превръщането им в емблема на една *преоткрита, възродена, изобретена и въобразена* традиция и идентичност. И в следващите редове ще проследя как точно се случва това.

<sup>10</sup> Доц. д-р Анелия Борисова-Крумова. Разговорът се проведе в Института по земеделие – гр. Кюстендил, 16 март 2022 г.

На празник на плодородието в гр. Кюстендил участват най-вече местни производители на овошки. Със свои щандове са представени околните села, които се занимават с отглеждането на овошки и които припознават това като свой поминък. Участието в него се организира обикновено на самодееен принцип с активната дейност на местните читалища. Те оформят свои щандове, на които под формата на различни пана и аранжировки представят плодната продукция на своето село.

За по-голяма яснота в следващите редове се спирам по-обстойно на програмата на празника, проведен след отпадане на ограничителните мерки от пандемията от Ковид-19 през есента на 2022 г. Честването е организирано съвместно от Института по земеделие и Община Кюстендил. Фестивалната част съдържа основните елементи, разпознаваеми във фестивалната култура изобщо. Открояват се както репрезентативни, така и забавни, състезателни и конкурсни елементи, които оформят цялата картина и създават усещането за празничност. В последната могат да участват всички – от деца, през производители, местни и гости на града. Това превръща събитието в общ празник.

Интересни са механизмите, по които в представянето на празника, се формират престижните елементи на местната идентичност. Тук се налага едно малко отклонение, за да се проследи как се набавят необходимите престижни символи за конструиране на локална идентичност в условията на демографска, икономическа и културна криза. Няколко са основните елемента, които изграждат авторитета на гр. Кюстендил като център на здравето и чистотата – антични, природни, общностни (в смисъл на активна съвместна човешка дейност). Славата на града като наследник на римските терми и център на лечебни практики от древността (наличието на един от големите Асклепиони на Балканите), допълвана от наличието на множество минерални извори и последвалото развитие на града като курортен център за минералолечение умело се използват в конструирането и провеждането на празника на плодородието. Минералните извори на града в периода до Втората световна война представляват и основния му приход. Те са окачествени като „градската воденичка, която непрекъснато меле и зиме, и лете” и чиито приходи с всяка година нарастват (Захариев 1938: 80). Чрез акцентирането върху символните категории *здраве, чистота и лечение* косвено се насочва вниманието на посетителя към плодовете, тяхната здравословна стойност и умелото им влияние в съвременните трендове на екологично и природно хранене. Гостите на празненството са приканени от плаката да опитат плода, *роден от чистата кюстендилска земя и да усетят аромата на истинското плодородие*.<sup>11</sup> Така, със символните категории чистота и достоверност/

<sup>11</sup> <https://www.kultura-kn.info/forthcoming/729>, посетен последно на 26.02.2022 г.



истинност, се набавя необходимата доза престижност в една по своята същност традиционно периферна земеделска дейност. Фокусът пада върху раждането на плода от чистата земя. В символен план това препраща към идеята за вечния ход на живота. Човешката дейност също е акцент от представянето, защото плодородието е наградата за *човешкия труд*.<sup>12</sup> Така овощарството като емблема на региона се представя чрез съчетаването на природни дадености и съзнателна човешка дейност при спазването на морално-етични норми (към които препраща символната категория *чистота*).

В програмата за Празника на плодородието има няколко акцента, които го превръщат в общностно събитие и са насочени както към различните групи в аудиторията – земеделските производители (традиционното слово от представител на Института по земеделие, конкурсна програма), към гражданите и гостите на града (приветствие от кмета и общината, музикална програма, конкурсна програма) и към най-малките гости (арт ателиета и състезателна част).

### Заклучение

От разговори с местните хора Празникът на плодородието се възприема като момент, в който те отново се чувстват горди от това да са кюстендилци, да се заявят на националната стопанска и впоследствие символна карта и по този начин да излязат от изолираността региона. Всички респонденти споделят, че приемат с радост този празник, защото Кюстендил и Кюстендилската котловина са известни като *овощната градина на България* и това е маркер, който ги обединява и ги кара да се чувстват горди от произхода си. Припознавайки чистотата на земята и родения от нея плод в традиционната селска моминска моралност, на Празника на плодородието представянето на местното изобилие задължително включва мома в традиционна кюстендилска носия. Паралелите с момите, изобразявани от известния български художник Владимир Димитров-Майстора, чийто жизнен път е свързан с града и региона, са очевидни. Повечето момичета държат в ръцете си ябълки, круши, грозде, пресъздавайки живи сцени на неговите картини. Не случайно мястото за тържествата на Празника на плодородието не е традиционния за това площад на града, където се провеждат всички други чествания, а е пространството пред Художествената галерия „Владимир Димитров-Майстора“.

Въз основа на всичко казано, може да се обобщи, че целенасочено от страна на Института по земеделие с активната намеса на местните активисти се създава една символна верига, която в съвременността превръща понятието, свързано със земеделското райониране от го-

<sup>12</sup> Пак там.

дините на социализма, в емблема на града. Свидетели сме как един не съвсем традиционен поминък става емблема на града и се вписва дори в неговото хералдическо изобразяване. И тъй като овошарството за региона няма традиционна символна стойност, то такава се търси и набавя едновременно в по-древните (антични) и в по-новите (от средата на ХХ в.) пластове. Така в един нов поминък се съчетава необходимата доза античност от една страна, а от друга също толкова необходимата доза модерност.

*Овошната градина на България* е термин, който умело се влита в символната културна идентичност на един граничен регион като Кюстендил, който през последните две десетилетия особено драматично се опитва да се справи с демографската и икономическата криза. Чрез въобразяването и репродуцирането ежегодно на символа на едно по-бляскаво минало, Празникът на плодородието изгражда канавата на една колективна идентичност, базирана на природни дадености, човешки труд и допълнена с моралните категории на нравственост и трудолюбие. Именно това превръща Празникът на плодородието в Кюстендил в елемент от съвременната културна програма на града, който има потенциала да обединява разпръснатата му диаспора и да кара хората да се припознават като жители на *Овошната градина на България*.

### Литература:

- 75 години, 2004.** *75 години Институт по земеделие Кюстендил.* Кюстендил.
- 90 години 2019.** *90 години Институт по земеделие Кюстендил.* Кюстендил.
- Алманах 2007.** *Алманах на Институт по земеделие – Кюстендил. 125 години българска земеделска наука.* Кюстендил.
- Бокова, Ир. 2000.** Градско наследство и фолклорна култура. Индустриалният град и „възстановената традиция“ – по примера на гр. Перник. – *Български фолклор*, 4, 45 – 60.
- Вакарелски, Хр. 2007.** *Етнография на България.* Трето издание. София, Артграф ООД.
- Гаврилова, Р. 2016.** *Семейната сцена. Антропологическа история на семейното хранене в България в модерната епоха.* София, УИ „Св. Климент Охридски“.
- Гаврилова, Р. 2020.** Новата автентичност или тъждество на самия себе си. Семинар БГ, 19 <https://www.seminar-bg.eu/spisanie-seminar-bg/broy19/770-novata-avtentichnost-ili-tazhdestvoto-na-samiya-sebe-si.html>
- Етнография 1983.** *Етнография на България.* София, Изд. на БАН.

- Захариев, Й.** 1918. Кюстендилско крайще. *СбНУ*, Т. XXXVII.
- Захариев, Й.** 1938. Кюстендил. – Архив за поселищни проучвания, 1, 48 – 105.
- Маринов, Д.** 1984. *Избрани произведения*. Т. 2, София, Наука и изкуство.
- Маринов, Д.** 1995. *Българско обичайно право*. АИ „Проф. Марин Дринов“.
- Папучиев, Н.** 2021. *Фестивали. Мрежи. Идентичности. Маскарадните игри в Перник и регионалните им отражения*. София, УИ „Св. Климент Охридски“.
- Стоилова, Ел.** 2021. *Празници и фестивали на храните: валоризация на локалното кулинарно наследство*. Пловдив, УИ „Паисий Хилендарски“.
- Троева, Евг.** Съвременни селищни празници в България. *Светът на българина през XX в.* (съст. Георгиева, Е., Н. Тодорова), 52 – 64, София, Парадигма.
- Черешчица** 1998. *Черешчица род роди*. София, Краище.
- Geertz, C.** 1973. *The Interpretation of Culture*. Selected Essays. New York, Basic Books. Inc.
- Petrov, P.** 2010. Die Inszenierung regionaler Nahrung. Agrarprodukte und Festivalisierung in Bulgarien. *Esskultur und kulturelle Identitaet. Ethnologische Nahrungsforschung im Oestlichen Europa* (H. Kalinke, K. Roth, T. Weeger Hg), 205 – 219, Muenchen, Oldenburg.

#### **Интернет източници:**

- <http://kustendil.com/bg/culture/view/1/1/%D0%9A%D1%8E%D1%81%D1%82%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D0%B8%D0%BB%D1%81%D0%BA%D0%B0-%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%BB%D0%B5%D1%82>
- [https://bg.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D0%B5%D1%80%D0%B1\\_%D0%BD%D0%B0\\_%D0%9A%D1%8E%D1%81%D1%82%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D0%B8%D0%BB](https://bg.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D0%B5%D1%80%D0%B1_%D0%BD%D0%B0_%D0%9A%D1%8E%D1%81%D1%82%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D0%B8%D0%BB)
- <http://kultura-kn.info/celebration/8/%D0%BA%D1%8E%D1%81%D1%82%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D0%B8%D0%BB%D1%81%D0%BA%D0%B0-%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%BB%D0%B5%D1%82-kyustendil-spring>
- <https://www.kultura-kn.info/forthcoming/729>

## ВКУСЪТ НА РОДОПСКОТО СЕЛО – ДЕГУСТАЦИИ И ДЕМОНСТРАЦИИ, ПРАЗНИЦИ И ТРАДИЦИИ

*Доц. д-р Вихра Барова,  
Институт по етнология и фолклористика  
с Етнографски музей,  
Българска академия на науките*

**Анотация:** Основна тема на настоящата статия е превръщането на местната храна в кулинарно/културно наследство. Чрез конкретни примери са представени действията на основните актьори, които преоткриват връзката си с традицията, играят ролята на пазители на местното наследство и се ангажират с частното договаряне и публичното представяне на храната, което да „образова“ публиката по отношение на „преоткриването“ и културното остойностяване на местните продукти. В изследването са включени данни от етнографски теренни наблюдения в периода 2019 – 2020 г. в две малки населени места в Средни Родопи, представени в сравнителен план, но и като обща арена на местното остойностяване на храната. Централен обект на това остойностяване в случая са „традиционните“ млечни продукти и смилянският боб.

**Ключови думи:** храна, кулинарно наследство, културно наследство, арена на наследството, млечни продукти, смилянски боб

**Abstract:** The article is focused on the transformation of local food into a culinary/cultural heritage. Through specific examples, I will demonstrate the actions of the main actors who are rediscovering their relationship with tradition, playing the role of guardians of local heritage and engaging in the private negotiation and public presentation of food in order to „educate“ the public about the „rediscovery“ and cultural valuation of local products. The study includes data from ethnographic fieldwork carried out in the period 2019 – 2020, in two small settlements in the Middle Rhodopes, which are presented in comparison, but also as a common arena of the local valorization of food. The central object of this valuation in this case are the „traditional“ dairy products and the Smilyan beans.

**Keywords:** food, culinary heritage, cultural heritage, heritage arena, dairy products, Smiljan beans

Основна тема на настоящата статия<sup>1</sup> е превръщането на местната храна в кулинарно/културно наследство. Чрез конкретни примери ще демонстрирам действията на основните актьори, които преоткриват връзката си с традицията, играят ролята на пазители на местното наследство и се ангажират с частното договаряне и публичното представяне на храната, което да „образова“ публиката по отношение на „преоткриването“ и културното остойностяване на местните продукти. В конкретното изследване са включени данни от етнографски теренни наблюдения в периода 2019 – 2020 г. в две малки населени места в Средни Родопи, представени в сравнителен план, но и като обща арена на местното остойностяване на храната. Централен обект на това остойностяване в случая са „традиционните“ млечни продукти и смилянският боб. Взаимоотношенията, които тези продукти провокират на местен терен ще представя чрез две конкретни празнични събития (Фестивалът на киселото мляко в с. Момчиловци и Празникът на Смилянския фасул в с. Смилян), които символично и буквално отразяват арената на наследството и взаимоотношенията между различните социални актьори. Ще бъдат представени и други частни случаи, свързани с производството и презентацията на местни хранителни продукти.

### *Преоткриване на традицията и локализация на вкуса*

Навлизането на нови социални актьори и практики в селото променя неговите репрезентации (Horáková, Boscoboinik 2012; Galani-Moutafi 2013). Това довежда до съчетаването на разнообразни дейности на едно място и търсенето на алтернативно използване на наличните ресурси. Селските общности променят своя „лайфстайл“ в зависимост от новите консуматорски търсения и така съвременните селски райони се превръщат в „хетерогенни, мултифункционални пространства на производство и консумация“ (Horáková, Boscoboinik 2012: 12). Нещо повече, „нарастващият в глобален план интерес към изживяване и консумация на „местното“, „традиционното“ и „автентичното“ подтиква към доходоносни производства, при които производителите умело снабдяват инфраструктурата, технологиите и

<sup>1</sup> Изследването е част от проекта „Кулинарни традиции и културно-историческо наследство в малки населени места — изобретяване, експлоатиране, популяризиране“, финансиран от ФНИ по Конкурс за финансиране на фундаментални научни изследвания по обществени предизвикателства — 2018 г.

продуктите си с минало [...], превръщат ги в културно наследство и маркери на идентичност“ (Петров 2018: 14).

Във връзка с преоткриването и локализацията на вкуса етнографските данни от терена потвърждават изводите, направени от други изследователи на наследството, че най-добре позиционирани да се възползват от преоткриването на местните продукти като типична и традиционна стока са онези общности, които могат да преоткрият себе си като „прогресивни селяни“. Тяхното поведение се характеризира със спазването на европейските стандарти и предлагането на разнообразна продукция през каналите на регионалните и глобални мрежи – от Президиума на „Слоу фуд“ до алтернативните хранителни мрежи и от сезонните туристически панаири до конвенционалните мрежи за разпространение на продукта (Grasseni 2012: 151). Предлагането на традиционни и/или екологични продукти само по себе си не е достатъчно за осигуряването на пазарна ниша, особено за по-дребните производители. Те имат нужда от своя запазена марка, която да „преоткрие“ (или с други думи, да добави нова стойност на) продукта и да локализира вкуса. Какъв е автентичният вкус на Родопите например, е въпросът, чийто отговор може да осигури на местните производители трайно място на националния, а и на външния пазар. В същото време, „родопският вкус“, марка, има нужда от публичност (в модерния смисъл на думата – вж. Хабермас 1995), от външно потвърждение на своята автентичност, при което публиката е активно включена в преживяването на храната. Оттам и необходимостта от нова кулинарна празничност, при която на „трапезата няма актьори и публика, приемането на предложената храна е съучастие, приемане, жест на присъединяване. От просфората и посрещането с хляб и сол до чевермето на площада, всеки който поема залък – участва, и имплицитно потвърждава“ (Гаврилова 2018: 500). Така в контекста на разгледаните от мен два празника – китайските спонсори в Момчиловци, туристите в Смилян, „гостите“, „външните“, активно участват в преоткриването на местната храна и също са част от социалните актьори, творящи празника.

*Местното богатство на региона – природни дадености, храна, културно наследство или нещо друго*

Показателен за изграждането на местната идентичност чрез храната (или по-скоро чрез нейната словна марка) е разказът на М. Йорданова – председателка на кооперация „Родопска Милк КООП“, с. Смилян, за смяната на наименованията на популярните чуждестранни марки сирене, произвеждани от мандрата, с български такива. Мандрата започва дейността си в началото на 90-те по програмата на

швейцарското правителство — Помощи за Източна Европа, с проект за млекопроизводство. Проектът към Министерството на земеделието в Швейцария трае 6 години и е насочен към производството на западен тип сирена — груяр, гауда, пармезан, тилзит. Впоследствие мандрата въвежда и традиционни български продукти — кисело мляко и кашкавал. Въвеждането на нов регламент за защитените географски названия обаче, налага промяната на имената на предлаганите марки сирене около 20 години след началото на мандрата. Независимо, че действието се налага от външни нормативни фактори, свързани с промени в защитените географски названия, любопитен е изборът на българските имена, които да заменят вносните, запазвайки вкуса, но променяйки идентичността на предлаганите продукти:

*„За една седмица трябваше да сменим имената на всичките видове сирена. Ние правим пармезан, едно швейцарско сирене — тилзит, то е много хубаво, гауда... и се оказа, че за една седмица в цялата мрежа трябва да сменим имената. То първо нямаше яснота на какъв принцип да направим промяната. И обявих конкурс тука за всяко сирене да се измисли ново име по най-бързия начин. И всеки пише на един лист. Има и продължение — събрахме се една вечер и им казвам — давайете сега, защото утре трябва да сменяме етикетите. И тогава решихме да запазим първите букви и [да ги заменим] с местни наименования. Като например, пармезана го нарекохме „Парнар“, защото първо твърдо си звучи, с две р-та. А парнарът е едно много интересно дърво, което расте в една махаличка тука, от която си взимаме и мляко на всичкото отгоре, тя се казва Парнарево и там го има най-много. Това дърво цъфти с едни много хубави червени топчета, които през зимата не окапват и става голямо сборище на птици, които са останали тук. И на дървото се спасяват от гладна смърт, защото къват тези червени топчета. Зимата като минеш там, все едно хор, птичи хор. И така дойде — парнар, Парнерово и горе-долу ги насочи нашите клиенти, че това е нашият пармезан. А груяра го нарекохме „Геран“. То е швейцарско сирене, ако кликнеш в Гугъл, пише — от 1500 г. се произвежда, има една долина на груяра, аз съм ходила там, но французите са го защитили като защитено географско име, защото и те са го правили и сега швейцарците не могат да внасят груяр в ЕС. А тилзита, пак е швейцарско сирене, го защитиха германците, защото там имало такъв град и те са го правили и стана немско сирене. То е много приятно сирене, с бадемов привкус, нито меко, нито твърдо. За него измислихме „Тейзе“, което в Родопите на галено е обръщение за лея и викам, хайде, тилзитът ще бъде сиренето на моята любима лея.“<sup>2</sup>*

Парнар, геран, тейзе — думи от местния речник, които придават ново остойностяване на жълтото сирене. Глобалният му характер е заменен с местен, родопски, който е разпознаваем и близък. Сиренето е

<sup>2</sup> Откъси от интервю с М. Йорданова, с. Смилян, зап. В. Барова.

преоткрито и предложено на пазара като част от нова традиция. В същото време се възстановяват и стари традиции: „Възстановихме производството на битото сирене или „мяховото сирене“. Успяхме в рамките на четири участия в Италия да го включим, на базарите, които правят „Слоу фуд“, и битото сирене е включено в световната съкровищница на традиционни продукти. Без много-много документи, които тука се изискват, за да го регистрираме в България като традиционен продукт, процедурата е доста сложна. Значи, там, с дегустации и гласуване на посетителите на тия базари или панаири, и набиращи точки за вписване в Президиума, така се нарича книгата на „Слоу фуд“. Ние даже регистрирахме в Смилян сдружение „Слоу фуд“, първото което е за България.“<sup>3</sup>

Дегустациите на място стават популярни с отварянето на къщите за гости в региона. Къщата за гости към мандрата започва дейност през 1999 – 2000 г.: „Оттогава стартира и по-активна работа за пътеки, еко-пътеки, къщи за гости. И ние ги популяризираме. При нас – всички къщи за настаняване и всички места, на които се организира нещо, ние ги популяризираме тука в Млечния дом. Всички постепенно се убедиха, че принципа на работа чрез сътрудничество е много по-важен за нашите райони, отколкото другият принцип – на конкуренцията. Ние взаимно се рекламираме. Ние правим реклама на всички. Раздадохме листовки. Клиентите по време на хранене разглеждат пътеките, разглеждат какви други места има за настаняване. И никой не е загубил от това нещо, че дава информация къде другаде в района може да се преспи, дори на какви цени и т.н. Дори и да изгубиш 3 – 4 клиенти, от целия обем нищо не е. Той е пак клиент на района. Местните тука преди се срамуваха да изкарат на разни масички каквото имат за продаване, ама свикнаха хората, че това си е стока в крайна сметка и ти носи някакви приходи.“<sup>4</sup>

Развиването на туризма в региона преплита в себе си природните дадености, местната кухня, културното наследство, спорта. Всичко е обвързано, както ще видим в следващата част, посветена на два устойчиви кулинарни празника от Средни Родопи: „... като дойде гостенинът, първо се възползва от това, че е по-чисто, по-свежо, после опира до храната, ако му хареса местната кухня, после в много случаи идват заради нещо, което е организирано – като събори, курбани, празници, както последните години – Празникът на Смилянския фасул се утвърди като традиционен празник за покана на повече хора. Сега го съчетаха с планинско колоездене. Също Фестивалът на дивите цветя, ако успеем да го продължим. Те се натрупват нещата едно след друго. Също местните празници, които си правят всяко село. Всяко село си има събор, както в Могилница е на здравето и дъголетие. В Момчиловци може да се оформи събор на киселото мляко, примерно, макар че там вече няма почти никакви животни, но ще

<sup>3</sup> Откъси от интервю с М. Йорданова, с. Смилян, зап. В. Барова.

<sup>4</sup> Откъси от интервю с М. Йорданова, с. Смилян, зап. В. Барова.



*популяризира все пак района. Първо е Родопите, после е Момчиловци, нали. Потокът е към общото. Като дойдат в Момчиловци, ще мръднат и някъде другаде. Комплекси са нещата.*<sup>5</sup>

Чрез взаимодействието между различни социални актьори на различни нива (местно, национално, международно) и чрез активното ангажиране на публиката — *киселото мляко и фасулът* се превръщат в маркери на идентичност за местните общности в две родопски малки населени места (с. Момчиловци и с. Смилян). Комплексният характер на случващото се ще бъде обект на анализ в следващата част от статията.

### *Два фестивала — едно наследство*

Двата кулинарни празника, които ще представя, са много различни, но имат и сходства, свързани с общата им цел да (пре)откриват храната като местно наследство. Взаимоотношенията между социалните актьори и тяхното непрекъснато препозициониране на арената на наследството (Grasseni 2017: 4), би трябвало да разкрият както тактическите и стратегически, често пъти комерсиални моменти от преоткриването на храната, така и силно въздействащите символични моменти, които придават културна и морална стойност на действията по „превръщането на дадена храна от традиционен, но все пак всекидневен продукт, в част от културното наследство“ (Grasseni 2011; Di Giovine 2014). Накратко ще представя и двата фестивала, като ще обърна внимание на конкретни акценти от тяхното създаване и презентация, както и на взаимоотношенията, които те пораждат в местната общност, включително обстоятелствата, при които аз — като изследовател и външно лице — съм била въвеждана в терена. Важен акцент от цялостното представяне на местните кулинарни традиции, на които ще бъде обърнато специално внимание в текста, са музейните етнографски сбирки, посветени на боба и киселото мляко в двете села.

#### *Фестивал на киселото мляко — култура и традиции*

Фестивалът на киселото мляко в Момчиловци има и местен, и национален, и международен характер. Демонстрацията и дегустацията на традиционни млечни продукти, от една страна, и ключовото участие на китайската фирма производител на млякото за пиене „Момчиловци“ — „Брайт Дейъри“, от друга, определят тази специфика, като различните елементи от програмата на фестивала обхващат регионални, национални и международни представяния: „Първата година, когато започнахме този фестивал бяхме пионери, изобщо не знаехме как

<sup>5</sup> Откъси от интервю с М. Йорданова, с. Смилян, зап. В. Барова.

би трябвало да се случи, как трябва да изглежда, а на тях [бел. моя – на китайците] акцентът, защото китайците финансират по-голямата част от този фестивал, на тях акцентът им беше втората вечер, когато се избира Кралицата на киселото мляко от региона, момичета от Родопите, нали, се кандидатираха да участват в този конкурс – само една година се избира Кралица на киселото мляко от другаде, не от Момчиловци – но те [бел. моя – на китайците] си го представят по малко по-различен начин, с рокли, с модерните рокли, с(ъс?) заря и т.н., докато ние си го представяме с носии, с хора, които се занимават с производство на мляко, месо и т.н., и ние решихме, за да може да се рекламира традиционното мляко, сирене и кашкавал, организаторите решиха да поканят и производителите на млечни продукти, не само от региона, но и от България, ако има желаещи. Миналата година във фолклорния конкурс имаше участници и на национално ниво, имало е хора и от Момчилград, и от други места. Но първата година си беше само на местно ниво.“<sup>6</sup>

Млякото е представено в контекста на местната природа и културна история като още един символ на дълголетие, но в същото време то е продукт, произвеждан приоритетно за китайския пазар и е плод на българо-китайски бизнес отношения на национално ниво, както ще видим по-нататък. Производството на българско кисело мляко в Шанхай, Китай започва още през 2008 г. Производител е китайската компания за млечни продукти „Bright Dairy“, която продава новия продукт на китайския пазар под марката „Момчиловци“. Договорът за сътрудничество е подписан през 2012 г. между китайската фирма, българска туроператорска фирма и кметство Момчиловци. От 2015 г. се провежда фестивалът със съдействието на Българския център за развитие, инвестиции и туризъм в Китай. Фестивалът всяка година се провежда под патронажа на Министерството на туризма на Република България. Партньори на фестивала са – Община Смолян, Кметство Момчиловци и няколко частни фирми. В програмата на фестивала на киселото мляко има някои устойчиви елементи, сред които са: дегустациите на домашно кисело мляко и сирене от местната ферма с мандра „Момчиловци“ (съществува идея за преместване на фестивала от селския площад към поляните край селото, където на практика се произвежда млякото), изложението на народни художествени занаяти, био и еко продукти, провеждането на Национален конкурс за красота „Мис Родопи – кралица на киселото мляко“, фолклорен конкурс, местен кулинарен конкурс с ястия, съдържащи млечни продукти (като напр. баница, родопски клин, родопски колаци, качамак), демонстрации на традиционни техники по биене на масло, по приготвяне на типично родопското сирене „брънза“, участието на

<sup>6</sup> Откъс от интервю с председателката на читалището, с. Момчиловци, зап. В. Барова.

„Пътуващия кулинарен театър“ на Ути Бъчваров, прибавянето на забавни елементи като състезанията по надпиване с айрян и надяждане с кисело мляко. Празникът на киселото мляко е тясно свързан с кулинарията изобщо, като част от стратегиите за привличане на туристи в региона. Изглежда, че демонстрациите и дегустациите също са се превърнали в родопска традиция, която предхожда и надхвърля трите дни на фестивалната програма:

*„Кулинарията е една сериозна част и от туризма, който развиваме в Момчиловци... Какво могат да правят туристите, свързано с кулинарията, тук? Ами, първо, можем да им покажем демонстрация по заквасване на кисело мляко, на всеки, който дойде и има интерес. Добили вече слава на селото на киселото мляко и на дълголетниците, знаете, че киселото мляко е една от предпоставките за по-дълъг живот, предвид бактерията и свойствата, които то има, всеки, който иска, може да види как се случва заквасването. От местни жени, обикновено облечени в родопски носии или в ресторантите, самите собственици си правят демонстрацията. Обяснява се всичко технологично как се случва, температурата на млякото, каква трябва да е закваската, колко време трябва да престои, и след това за туристите има дегустация. Обикновено повечето хора предпочитат млякото или със сладко от ягоди или боровинки, особено китайските ни гости, за тях по-предпочитаният вкус е да е по-сладко млякото. Не рядко се случва и част от гостите ни да влязат в кухнята или в заведенията или в къщите за гости, където са настанени, да кажем, да направят пататник с някоя от бабите или някой от домакините, да направят качамак и други традиционни родопски ястия, всъщност това предизвиква интереса им. Една от атракциите векове наред и до днес си остава родопското чеверме, няма нищо по-атрактивно за туристите кулинари (от това) да гледат как се върти на шиш и после да го опитат, разбира се, и те самите да участват, знаете това е дълъг процес, трябва поне 8 – 9 часа за да се получи добро ястие.“<sup>7</sup>*

Какво отличава фестивала в Момчиловци и остава извън кулинарията? Фестивалът се разгръща на различни нива и е пресечна точка на интересите на различни социални актьори. Официалното, общонационално равнище на фестивала е видно от ранга на поканените гости от българска и китайска страна. Традиционните млечни продукти не са фокус за китайските гости, но тяхното представяне е важно за местната общност: *„Идеята е този фестивал да се превърне занаят..., даже да се изнесе от площада, да се изнесе и по поляните, защото всъщност там му е мястото на дегустация, на демонстрация, нали, хората да видят овцете, да видят и кравите, и продуктите, а пък и пеенето да се случи на една открита сцена така както навремето са се правели съборите в нашия регион. Не говоря за Рожен... Нашата идея е да си бъде типичен едновременно събор. Когато съм била ученичка, имаше такъв събор нагоре по поляни-*

<sup>7</sup> Откъс от интервю с кметлицата на с. Момчиловци, зап. В. Барова.

те, август месец, казваше се „Род и роден край“ тогава. А сега във момента, нашият събор се казва „Фестивал на киселото мляко, традициите и културата“. Сега той се определя наистина на международно ниво – Китай и България, защото китайците финансират голяма част от събора – чисто технически, средства за озвучаване, сцена, шатри, които се наемат. А хората, които идват тука от региона, да си представят млечните продукти, те всъщност си ги продават. Има изложение освен на млечни продукти, и на сувенири, сладка от боровинки, от ягоди, чайове, сокове, всичко, което се произвежда в региона. [...] Но принципно да ви кажа, идеята беше, от много отдавна, да направим фестивал на киселото мляко и на картофа, защото това са типичните поминъци. Но винаги са ни липсвали средства да го направим този фестивал. Защото ние сме кметство. А нашите хора [бел. моя – от бизнеса] като че ли не са дорасли да разберат, че тези пари те не ги дават на институцията, а за нещо да се реализира. Това са три дена, дето казват хората „Ден година храни“, в които селото се пълни и с китайски, и с български туристи, идват си хора и на гости, нали, изселили се от Момчиловци, които пълнят къщите [бел. моя – за гости], пълнят магазините, пълнят заведенията.“<sup>8</sup>

И тук, както и в цитираното в предходната част интервю с М. Йорданова, се отбелязва необходимостта от взаимодействието на различните социални актьори, за успешната реализация на местните инициативи. В едни случаи това е възможно, а в други, поражда конфликти и недоверие. През 90-те години на ХХ в. Момчиловци се превръща във водеща дестинация в селския туризъм, съчетаваща природа, кулинария, културно наследство. Нагрупаният опит се разгръща и преплита в рамките на новия празник (Фестивала на киселото мляко), прави се опит за съчетаване на различни традиции. По думите на кметицата на селото: „...една голяма част от жителите се радват, че този празник съществува. Съпричастни са с всичко, което се случва и на сцената, и около нея. Знаете, че въведохме много конкурси, които ги ангажират – със заквасване на мляко, дегустация, надпиване с айрян. Местните самодейци, които никак не са малко, това са 70 души, активно участват и във фолклорната програма. Така че, да, може би е нов празник и е различен от тези, които сме имали досега – Тодоровден и 21 май – храмовият празник на нашата църква, те са утвърдени, провеждат се над 20 години, хората вече ги приемат като част от начина на живот тук, надявам се това да се случи и с Фестивала на млякото. Той пък е най-пищният празник, който има Момчиловци, тридневен, с програма, която в другите празници не можем да си позволим, с национален конкурс за красота и въобще по-различен и по-атрактивен празник от всички останали. Празник, който обединява няколко култури, освен нашия фолклор, бита ни, млякото и китайската

<sup>8</sup> Откъс от интервю с председателката на читалището, с. Момчиловци, зап. В. Барова.

култура, защото пък винаги се показва и някакъв елемент на китайската култура, било то бойни изкуства, чаена церемония или нещо друго.“<sup>9</sup>

Това специфично преплитане на култури, съпровождащо събитието, е отразено и в отделна етнографска сбирка, посветена на Фестивала, която се разполага в местния музей. Т.нар. Културно-историческия музей<sup>10</sup> в Момчиловци осигурява допълнителен прочит на тази нова фестивална традиция, като в сектора поминъци и занаяти е създадено специално пространство, запълващо се всяка година с нови предмети, дарявани от официалните китайски гости. Това пространство е наричано още „Китайската стена“, то съдържа любопитни факти около произхода и откриването на киселото мляко, отпращащи в дълбоката древност и прескачайки през вековете стига до сътрудничеството с „Брайт Дейъри“ и „новият път на коприната“, по който българското кисело мляко пътува до Китай. Тук традиционните елементи са прибавени допълнително към една нова и успешна икономическа инициатива, която местната общност припознава за своя постепенно и то не без известна съпротива. Моят път до фестивала започна точно по този начин, когато обикаляйки мандрите в околността в търсене на автентични и традиционни техники за приготвянето на млечни продукти, се срещнах с местни производители, които се отнасяха критично към фестивала, както и към моето убеждение, че той представя родопските традиции. В разговорите ми с местни производители отношението към Фестивала варираше между одобрение, пасивно приемане, неприемане и чувство на изключване.

*Празник на Смилянския фасул и етнографска сбирка на „Смилянския фасул и родопските терлици“*

Не така стоят нещата с Празника на Смилянския фасул, който сякаш е припознат като свой в по-голяма степен от местната общност, но за това спомага и неговата устойчивост във времето. От 2003 г. в селото се отбелязва Празникът на Смилянския фасул, събитие, инициатирано от кмета на селото и подкрепяно от *Slow Food България*. *Смилянският фасул* е един от първите продукти в Съкровищницата на вкусове на *Slow Food* и първият български конвивиум, идентифициран по време на кампанията „Да защитим българския вкус!“ За да защити интереса на местните производители през 2007 г., Кредитната земеделска кооперация в село Смилян кандидатства за патент на смилянския фасул и запазва словна марка за географско обозначение „смилянски“, която може да се ползва за всички произведени продукти от Горното поречие на р. Арда — кметствата Смилян, Могилица, Арда. Няма

<sup>9</sup> Откъс от интервю с кметцата на с. Момчиловци, зап. В. Барова.

<sup>10</sup> С фактически статут: Обща историческа обществена колекция — Момчиловци към читалище „Светлина-1925“, с. Момчиловци.

уеднаквена опаковка на фасула, но има разработен графичен знак, който е възприет от местните производители.

Празникът на Смилянския фасул постепенно се отваря все повече за туристи, като се съчетава и с други инициативи, например планинското колоездене. И тук, както и по време на Фестивала на киселото мляко в Момчиловци, програмата включва конкурси и демонстрации на кулинарни умения. Всяка година организаторите на празника обявяват три конкурса – Конкурс за изработка на пано от смилянски фасул, насочен към децата, Кулинарен конкурс – *„за техните майки“* и Конкурс за производител на годината, при който специално жури оценява по количество и качество произведената продукция. Целият празничен ден е ангажиран с конкурси, придружени от фолклорна програма, подготвена от самодейците към читалището. Посещаемостта на празника се увеличава с всяка изминала година, особено нараства броят на външните за селото посетители – *„напоследък толкова много външни хора идват, че даже не можем да ги побереме“*. В последните години се увеличава и количеството и разнообразието на изложената от местните продукция, както и броят на участващите производители, използващи словната марка „смилянски“.<sup>11</sup> Под контрола на кметството, независимо кой е настоящият кмет в момента, се създава традицията селото да дарява фасул, който се приготвя за дегустация от гостите на празника: *„В Потребителна кооперация, в ресторанта, се приготвя фасул чорба за всички, които са дошли на празника, да опитат тази фасул чорба. Трябва да ви кажа, че първата година имаше приготвени три казана, а последната, сега месец ноември като се проведе празника, толкова много гости, външни хора имахме, че петнайсе казана бяха приготвили и фасулът се изконсумира.“*

Освен дегустацията на фасул чорбата, празникът е белязан от вкусната храна и разнообразните възможности на рецептите с фасул. Кулинарното изложение изкушава окото и небцето на гостите. В Посетителския информационен център на селото на големи фотоси са отразени важни моменти от конкурсите по време на празника, както и разнообразието от бобени ястия: *„На първия фотос отсреща, това е от втория празник изложбата, направиха фотоса, за да може да се вижда какво се приготвя от фасула: кебапчета, кюфтета, салати, фасул чорба,*

<sup>11</sup> Интересна подробност от празника от 2019 г. е т.нар. побратимяване между боба и наденицата, отнаменувано на 7 септември в с. Житница, общ. Калояново. Побратимяването на Смилян и Житница е в много по-голяма степен маркетингова стратегия по инициатива на кметовете на двете селища – Цецка Йотова и Чавдар Червенков, но все пак има и символично значение. През октомври същата година обаче Празникът на Смилянския фасул в Смилян е отпразнуван по стария начин, без видим отзвук от побратимяването.

паниран фасул, на един от последните празници имаше направена сладка торта от фасул и сладкият фасул допадна на хората, даже я номинираха, получи награда тортата.“

В Посетителския информационен център на село Смилян се намира и етнографската сбирка на „Смилянския фасул и родопските терлици“, по известна като *Музей на смилянския боб*, която заслужава внимание във връзка с преоткриването на храната като наследство. В една от бобените творби авторите са вложили ясно послание: „С боба в Европа!“. Самата сбирка се обогатява всяка година с оригинални творения от бобени зърна, направени от местните деца. А участието на всеки посетител в изграждането на гигантското пано от боб, което е кандидат за вписване в Книгата на Гинес, гарантира на всеки лично включване в създаването на историята на смилянския боб и наследството на село Смилян: „Тук [бел. моя — на паното] е показано цялото наследство на Смилян, виждате, свързано и със скотовъдството, и със земеделието, с река Арда, римските мостове, някога тук е минавал римски път и река Арда е била прехвърлена от 5 римски моста, ралото, с което са обработвали земята, фасуленото растение, което се увива около дървени колчета, часовниковата кула, която е емблематична за нас и повече от 200 години отмерва всеки кръгъл и половин час, построена от местни майстори още навремето [...], и хората я свързват със самия живот, защото по-рано е била наблюдателна и отбранителна кула, а сега пък е нещо приятно, по което много често, когато човек не си носи часовника или пък телефона, се ориентира за времето.“

Освен на фасула, в етнографската сбирка на село Смилян, са обърнали внимание на още един елемент на местната култура — изработването на тъкани, като акцентът е изработката на родопски терлици: „Имаме много добри майсторки, които са признати и на пазара. Произвеждат в голямо количество родопски терлици. В зависимост от това какви ще бъдат — ежедневни или празнични, по различен начин се шарят, носят се от всички социални и възрастови групи и са харесвани от всички наши гости, това е най-хубавият подарък, който може да се подари на приятел. [...] Това, което ги отличава нашите занаятчийки, те са обособили цяла махала — Терлик махала, е, че те работят с много богата фантазия, имат много добро виждане, съчетават елементи от природата и успяват да го претворят в терлика. Те не работят по теркове и модели, сами ги създават, ошарват едната страна, след това симетрично прехвърлят от другата страна и само с гледане правят другия терлик.“<sup>12</sup>

Така в една етнографска сбирка един стар занаят и едно бобено растение съчетават представата за локална идентичност, ангажирайки сетивните възприятия на посетителите — с цвят, вкус, допир до

<sup>12</sup> Откъси от интервю с председателката на читалището, с. Смилян, зап. В. Барова.

материала. Аналогия с този подход може да се разчете и в кулинарните демонстрации и дегустации, съпътстващи Празника на Смилянския фасул. През годините празникът традиционно се открива и със залп на фасуленото топче, разположено пред читалището. Всеки елемент създава и преоткрива традиции, утвърждаващи общността идентичност. Чрез популяризирането на празника се привличат и нови последователи – *външните*, гостите. Празникът се адаптира към новите търсения – за чиста храна, екологични практики, борба с климатичните промени. Тази година се очаква 20-годишното юбилейно издание на празника да се проведе в духа на послания от рода на: „Произвеждай чисто, произвеждай честно!“ и „Храни се здравословно!“. Като част от конвивиума „Родопи – Смилянски фасул“ на Slow Food тази година смилянските организатори ще вземат участие и в кръгла маса под надслов „Бобови храни за бъдеще: добри практики на общини за популяризиране на храни с принос за предотвратяване на климатичните промени“, която ще се проведе в края на август в Сицилия, Италия. Целта е представянето на „смилянския фасул като храна, която е престижна, здравословна и достъпна, чрез партньорствата с местни ресторанти и къщи за гости, както и с ресторант „Космос“ – София и лабораторията им за ферментирани продукти „SoFerments“.<sup>13</sup>

Дейността на читалището в с. Смилян, както и на другите социални актьори – конвивиумът, земеделската кооперация, вече споменатата неколкократно мандра „Родопа милк“, ресторанти и къщи за гости, представя общите усилия на местната общност по остойностяването на боба. Остойностяване, което е свързано с идеята за „родопския вкус“. Вкус, който може да се разглежда и като добавена стойност на мястото, свързана с идеята за планинските продукти: „(бобът) *най-добре вирее при нашите условия, ние сме 820 до 830 м надморска височина и тука му е много добре, не обича нито много топло, нито много горещо, обича един умерен климат.*“ Планинските продукти се превръщат в ценност, в обект на допълнително остойностяване и дори на конкурентна борба: „(Щ)е има вече сертифициране, не само за биопродукти, но и в същия раздел – за биопродукти, вкараха раздел за планински продукти. Излезе и наредба от нашето Министерство за планински продукти. То не е задължителен елемент в информацията за продукта, но е много важен, защото трябва да започне да се говори за това. Някои път се използват, нали, хората говорят вече за географски означения, даден продукт е точно на дадена географска област, район, или място. Нашите..., тука наводнича пазара с едно етикетче (сmee се), където пише с големи букви „ВКУСНО ОТ РОДОПИТЕ“ и елемент от Агушевия конак. А отзад като видиш кой го е

<sup>13</sup> От Фейсбук страницата на НЧ „Проф. Асен Златаров 1927“, с. Смилян – <https://www.facebook.com/chitalishteSmilyan/photos/a.689903054732873/1989175741472258/>, посетено на 30.08.2022 г.



*произвел, е от Силистра производителят... то сега бабичката ще тръгне да гледа отзад, където с най-малки букви пише Силистра. [...] Мястото на преработка не е носител на марката. Ето сега — риган от Добруджа, цели плантации. И то си има някакви качества, но друго е тука да си набереш от 1200 м надморска височина.*<sup>14</sup>

### **Заклучение**

В обобщение на казаното дотук се налага изводът, че колкото и различни да са двата фестивала, между тях има и много сходства. Те се провеждат от няколко години в новия си формат и се радват на устойчивост. Зад тях стоят местни производители и инициативни местни институции. Програмата на фестивалите също има сходни акценти — състезанията и конкурсите, демонстрациите и дегустациите, изложенията на местни продукти и занаяти, фолклорната програма. И двата фестивала представят поминъци, разчитащи на местни ресурси, които се възприемат като традиционни и „свои“ и като наследство за цялата местна общност. Наследството се легитимира допълнително от специфичните етнографски музейни сбирки, които се обновяват всяка година, публично видими са и представляват атракция за туристите. Модерната публичност дава нова легитимация на празниците, провеждани с активното участие на гостите. Може да се каже, че действията по остойностяването на млечните продукти и на смилянския фасул са част от цялостна стратегия свързана с ценността на родопското, планинското, своето. Демонстрация и дегустация, нови кулинарни традиции и нова публичност се мобилизират в една обща местна стратегия за излизане от маргиналния статус на малките населени места във високопланинските райони. Този процес е продължителен и изисква постепенното включване на все повече местни социални актьори и публика, като същевременно се търси баланс между постоянно променящите се потребителски вкусове и желанието на местната общност да запази своя традиционен (въпреки условността на думата) облик, свързан с природното и културно наследство на Родопите.

### **Литература:**

- Гаврилова, Р. 2018.** Храна и публичност: срещи в празника. В: *Българска етнология*, 4, 488 – 506.
- Петров, П. 2018.** Предговор. *Агрокултурни трансформации в условията на европеизация и глобализация*. Петър Петров, Иванка Петрова (ред.). София, Гутенберг, 7 – 15.

<sup>14</sup> Откъси от интервю с М. Йорданова, с. Смилян, зап. В. Барова.

- Хабермас, Ю. 1995.** Структурни изменения на публичността. Изследвания върху една категория на буржоазното общество. София, УИ „Св. Климент Охридски“.
- Di Giovine, M. 2014.** The Everyday as Extraordinary: Revitalization, Religion, and the Elevation of *Cucina Casareccia* to Heritage Cuisine in Pietrelcina, Italy. — In: *Edible Identities. Food as Cultural Heritage*. Eds. R. Brulotte and M. Di Giovine. Dorchester: Ashgate, 77 – 92.
- Galani-Moutafi, V. 2013.** Rural Space (Re)produced — Practices, Performances and Visions: A Case Study from an Aegean Island. — *Journal of Rural Studies*, 32, 103 – 113.
- Grasseni, C. 2011.** Re-inventing Food: Alpine Cheese in the Age of Global Heritage. — *Anthropology of Food*, 8.
- Grasseni, C. 2012.** Developing Cheese at the Foot of the Alps. — In: *Reimagining Marginalized Foods: Global Processes, Local Places*. Ed. E. Finnis. Tucson: University of Arizona Press, 133 – 155.
- Horáková, H., A. Boscoboinik 2012.** Introduction. Contested Rurality: Rural Areas in the Post-industrial Age. — In: *From Production to Consumption: Transformation of Rural Communities*. Eds. Hana Horáková, Andrea Boscoboinik. Zürich: Lit, 9 – 18.

# ВКУСВАНЕ НА СЕЛОТО – ХРАНАТА КАТО ЧАСТ ОТ ТУРИСТИЧЕСКОТО ПРЕЖИВЯВАНЕ

*Гл. ас. д-р Атанаска Станчева,  
Институт по етнология и фолклористика  
с Етнографски музей –  
Българска академия на науките*

**Анотация:** Статията проследява какво е мястото на храната в цялостното туристическо преживяване и как въобразеностите относно нея стават видими и биват презентирани от собственици на къщи за гости. Изследването представя примери за постпродуктивистки преход в селските райони, които биват превръщани „от места на производство в места на потребление и промотиране на местната „уникалност“. Кулинарното наследство, особеностите на местната кухня, специфичните продукти и домашно отгледаната, произведената и приготвена храна стават съществена част от цялостното „мултисензорно туристическо преживяване“ и представляват „консумиране на селото чрез вкуса“. Анализът показва стратегиите на 6 къщи за гости, в които храната заема съществено място. Изследването стига до заключението, че такива примери са все още малко на брой в страната и нямаме наличие на развит целенасочен гастрономически туризъм. Кулинарията по-скоро е част от цялостното туристическо преживяване. От друга страна, тя определено може да бъде ресурс за създаване на регионална идентичност и да спомога за изграждане образа на местната уникалност.

**Ключови думи:** постпродуктивизъм, въобразена „селска идилгия“, консумиране на селото, кулинарно наследство, къщи за гости

**Abstract:** The article explores the place of food in the whole tourist experience and how imaginaries about it become visible and are presented by guest house owners. The study presents examples of post-productivist transition in rural areas, which are transformed from places of production to places of consumption and promotion of local „uniqueness“. Culinary heritage, the specifics of local cuisine and products, home-grown produced and prepared food become a significant part of the whole „multi-sensory tourist experience“ and represent „consuming rural through taste“. The analysis shows the

strategies of 6 guest houses in which food has an essential place. The research comes to the conclusion that such guest houses are still few in Bulgaria and we do not have a developed gastronomy-targeted tourism. Rather, the cuisine is part of the complete tourist experience. On the other hand, food can definitely be a resource for creating a regional identity and building the image of local uniqueness.

**Keywords:** post-productivism, imagined „rural idyll“, consuming the rural, culinary heritage, guest houses

### *Въведение*

Местната и традиционна храна все повече присъства в стратегиите за популяризиране на малките населени места. Доказателство за това са многобройните кулинарни фестивали, които нарастват с всяка изминала година. Храната започва да заема съществено място и в туристическото преживяване и представяне на селото и селските райони. Тези места са подложени на редица предизвикателства като рецесия, риск от обезлюдяване, застаряване на населението и др. Осъществяването на постпродуктивистки преход се явява една възможна алтернатива за селските райони, възприемани до скоро предимно като места на производство. В последните години на селото все повече се приписват нови значения и то бива разглеждано като източник на многообразни ресурси и блага. Така общностите се насочват към „препакетиране на селските райони по нови начини“, като ги превръщат „от места на производство в места на потребление и промотиране на местната „уникалност“ (Storey 2006) и повторно изживяване на „селското“ и „локалното“ (Galani-Moutafi 2013: 104) под формата на селски и екотуризм и на протичащия процес на ре/традиционализация (Лулева 2020). Ивanka Петрова посочва, че локалната история, природните забележителности, памет, традиции, издигнати до ранга „наследство“, във все по-голяма степен започват да се инструментализират. Те биват преоткривани, натоваарвани с нови значения, обогатявани и стават важни ресурси и част от основния капитал на туризма, а също и на други сфери в производството, търговията и услугите (Петрова 2018: 224).

Консумирането на селото (Woods 2011) като част от туристическото изживяване все повече започва да се разпознава като успешна стратегия за препитание на местните общности, както от самите тях, така и от външни актьори, като неправителствени организации. Кулинарното наследство, особеностите на местната кухня, специфичните продукти и домашно отгледаната, произведена и приготвена храна са съществена част от цялостното „мултисензорно туристическо преживяване“ и представляват „консумиране на селото чрез

вкуса“ (Woods 2011: 116). Къщите за гости, които развиват селски туризъм, приписват на предлаганата от тях храна няколко основни характеристики. Тя е традиционна, местна (от самото село, от региона и закупена от местни малки производители), домашна (от собствената градина или от градината на съседни-съмишленици, от домашно отгледани животни), чиста (без вредни химикали, без антибиотици за животните), регионално специфична (характерна за даден район) и в повечето случаи проста (каквато биха сготвили за себе си и семейството си).

Статията има за цел да покаже как въобразеностите относно селото и по-специално храната, като част от това село, стават видими и какво е нейното място в цялостното туристическо преживяване, презентирани от собственици на къщи за гости.<sup>1</sup> Основните изследователски въпроси, на които ще бъде потърсен отговор са: какви образи и практики се създават от въобразеностите за храната; какви стратегии за представяне на храната осъществяват собствениците и достатъчни ли са те за изграждане на локална идентичност и икономическо развитие на дадено населено място? Тезата ми е, че постпродуктивизмът дава добра перспектива за развитието на селски и кулинарен туризъм в селските райони. Вече имаме наличие на организиране на единични специализирани кулинарни турове и все повече се набляга на презентирането на храната. На този етап кулинарията може да бъде разглеждана като допълнително добавяне на стойност към цялостното туристическо преживяване. Все още не можем да говорим за развит гастрономически туризъм.<sup>2</sup>

Анализът се базира на интервюта с 9 собственици на 6 къщи за гости. Важно е да се уточни, че респондентите са част от мрежи, които изразяват определени разбирания и зелени ценности (Pepper 1996) като минимално въздействие върху природата, устойчиво използване на природните ресурси, коопериране, устойчиво местно развитие. Предприемачите, занимаващи се със селски туризъм са част от мрежи, които промотират гореспоменатите ценности и идеи. Това са къщи за гости, притежаващи сертификата „Зелена къща“ от Българска асоциация за алтернативен туризъм<sup>3</sup>, други са част от мрежата на

<sup>1</sup> Изследването е резултат от проект „Кулинарни традиции и културно-историческо наследство в малки населени места — изобретяване, експлоатиране, популяризиране“, финансиран от Фонд „Научни изследвания“, 2018 – 2023 г.

<sup>2</sup> В смисъл на пътуване с цел гастрономия (рефлексивно готвене, приготвяне, представяне и ядене на храна Richards 2011: 17) в даден район. Тук изключвам кулинарните фестивали.

<sup>3</sup> Сертифицираните къщи за гости са девет на брой за цялата страна, повече подробности виж на <https://www.baatbg.org/bg/%D0%B7%D0%B5%D0%BB>

българо-холандския проект Новото тракийско злато<sup>4</sup>, трети са част от сдружение „Деветашко плато“<sup>5</sup>. Изследването не е съсредоточено в определено село или район в България, а следва дейностите и инициативите на предприемачите на място. Имената на респондентите са сменени, а техните думи и размисли са дадени в курсив.

### *Теоретична рамка*

Автори като Алмщет и др. определят постпродуктивизма по-скоро като дискурс, отколкото като императив или необратима промяна на икономическите дейности в селските райони. Този дискурс измества разглеждането на селските райони като места предимно за производство по посока на „нова икономика“. Авторите се опитват да дадат по-ясно определение на постпродуктивизма, като го съпоставят с продуктивизма. Докато последният се отнася до интензивно фермерство, високи количества и добиви, то постпродуктивизмът е подход на производство, което е екологично чувствително, неосноваващо се на високи добиви, където фермерите могат да се насочат към използването на земята и ресурсите ѝ за неземеделски цели, за да допълнят доходите си. Тази промяна във фокуса е описана като постпродуктивистки преходен период (Almstedt и др. 2014: 297 – 299). Според Василики Галани-Мутафи „селското“ вече не е равно на селско стопанство и производствени дейности, като се има предвид, че последните често се променят, изоставени или заменени от комодифициращи процеси, свързани с нови мобилни модели и възможности за предприемаческа дейност, заедно с преоценяването на ресурсите (агро-хранителни продукти, пейзажи и културно наследство). Според нея има наличие на нови тенденции, свързани с модели на отдых, туризъм и комодифициращи практики, които се основават на консумация на знаци, спектакли, преживявания и информация и които водят до изживяване на „селското“ и „локалното“ (Galani-Moutafi 2013: 104).

Постпродуктивизмът се свързва и с мултифункционалността в земеделието. Според Моника Горман Общата селскостопанска политика на ЕС<sup>6</sup> от 2003 г. има сериозни последици за смяната на европейския

---

%D0%B5%D0%BD%D0%B8-%D0%BA%D1%8A%D1%89%D0%B8/2/

<sup>4</sup> За повече подробности виж Станчева 2018 и сайта на проекта <https://newthranciagold.eu/?lng=bg>.

<sup>5</sup> НПО, което от 2008 г. работи за оживяването, развитието и популяризирането на района на Деветашкото плато. Повече подробности виж на <https://www.devetakiplateau.org/sdruzhenie.html>.

<sup>6</sup> Общата селскостопанска политика стартира през 1962 г. и представлява партньорство между селското стопанство и обществото и между Европа и нейните фермери. Тя е обща за всички държави в ЕС и се финансира на

модел на развитие в земеделието в посока към устойчивост и мултифункционалност. Различните видове дейности, които характеризират мултифункционалността използват класификации като „разширяване“, „задълбочаване“ и „реорганизиране“. За настоящото изследване е важна описаната от Горман дейност по „разширяване“. С нея се има предвид увеличаване на земеделските продукти в отговор на нови пазари като екологични стоки и услуги, туризъм, продукти за отдих и различни нехранителни продукти и услуги (Gorman 2006: 27, 32 – 33). Тази дейност се свързва и с подхода на Майкъл Уудс за разглеждане на селото чрез аспект на ангажираност със селското пространство и живот, който отразява промените в селските райони под влияние на споменатите по-горе тенденции — а именно консумиране на „селското“.

Майкъл Уудс посочва, че обикновено използването на руралното пространство за отдих и свободно време е свързано с идеята за „консумирането“ на селото или най-малкото „консумирането“ на характеристиките, свързани с въобразената „селска идилия“. Тя възпъщава представата за селото като място на спокойствие, тишина, контрастиращи със суматохата на града, селото като символ на национална идентичност и контрапункт на модерността. Идеята се популяризира в края на XIX и началото на XX век, когато Европа и Северна Америка се превръщат в изключително урбанизирани и индустриализирани. Тя подхранва дискурсите на анти-урбанизма, аграризма и природата, използвани да се направи разлика между градското настояще и романтизираното селско минало, предимно от носталгично настроените градски жители. Така идеята за „селската идилия“ се налага на селските райони от общности отвън (Woods 2011: 21 – 22).

Въобразената селска идилия кореспондира добре с разбирането на Салазар и Грабърн за въобразеностите. Те ги концептуализират като социално предавани репрезентативни обединености, които взаимодействат с персоналните въобразености на хората и са използвани като средства за създаване на смисъл и формиране на света. Авторите мислят, че по своята същност въобразеностите остават неосезаеми и единственият начин да бъдат изследвани е като се фокусираме върху многообразните канали, чрез които те преминават и се превръщат във видими под формата на образи и дискурси. Тяхната оперативна логика може да бъде изведена от видимите прояви и от това какво хората казват и правят (Salazar&Graburn 2014: 1 – 2). „Нуждата на туриста за бягство от тук и сега към по-автентичен живот „някъде другаде“ на други места, при живота на други хора, други форми на природа и буквално в други времена“ (Salazar&Graburn 2014: 9 – 10) е умело из-

европейско ниво от европейския бюджет. За повече подробности виж [https://agriculture.ec.europa.eu/common-agricultural-policy/cap-overview/cap-glance\\_bg](https://agriculture.ec.europa.eu/common-agricultural-policy/cap-overview/cap-glance_bg)

ползвана от собствениците на къщи за гости за изграждане на собствена им презентация. Е. Уанда Джордж и др. определят „носталгията“ и „бягството“ като сили, които пораждат силно привличане към руралните изживявания, особено за градските жители. Според тях много хора търсят такива изживявания, за да се свържат повторно с миналото, което възплащава представата за по-прост живот или „просто за техните корени“. Носталгията е силен мотив при избора на дестинации за туристите. Авторите предполагат, че засиленото пътуване към селските райони вероятно е форма на „ескейпизъм“ от глобализацията (Wanda George et al. 2009: 7). Харви Пъркинс смята, че носталгията по руралното минало е показвана по много начини и най-вече като анти-урбанизъм и идеализация на малките градове и села в Северна Америка, по-специално в САЩ и като селската идилия в Обединеното кралство, с фокус върху селските райони като зелена и приятна земя, която е безопасна, чиста, здравословна и прекрасна (Perkins 2006: 244).

Незар Алсаяд също говори за културната въобразеност и се опитва да дефинира разнообразните пътища за производство на наследството за консумацията на туризма. Той комбинира възгледите на Ерик Хобсбаум и Терънс Рейнджър за изобретените традиции и на Бенедикт Андерсън за въобразените общности, за да заключи, че всяко наследство е социално произведено и всички традиции имат потенциала да бъдат консумирани (Alsayyad 2001: 3 – 8). Както отбелязва Харви Пъркинс комодификацията е интегрална част от повторното осигуряване на ресурси за селските райони. Под това той разбира модификация, изобилие или замяна на вече установени рурални среди, производствени процеси и социални договорености с нови изградени форми и нови среди за производство и консумация. Новите форми на стоки в някои случаи пресъздават добре познати рурални пространства, а в други случаи създават нови такива. Новите рурални пространства се състоят от нови бази от ресурси, променени пейзажи, нови значения, практики и въобразености. Някои от продуктите и производствените процеси са тясно свързани с форми на стоки, които може най-добре да бъдат дискутирани с термини като *атракция* и *преживяване* (Perkins 2006: 244 – 254).

Соня Средкова, която изследва алтернативния туризъм в Пиринския регион, България, смята, че наред с възможностите, благоприятстващи туризма, съществува и процес на комодификация на културата. Тя го определя като негативен, защото е свързан със загуба на смисъла, който културата е имала за общността. Въпреки това, тя смята че културата и нейните елементи не са константни. Те се променят и реагират адекватно на изменящите се условия и туризмът е импулсът, който ускорява процеса. Средкова отбелязва, че развитие-



то на туризъм е възможност за по-младите хора да останат в селищата, за да ръководят или подпомагат семейния бизнес, свързан с къщи за гости, отдаване под наем и др. (Средкова 2017: 203 – 205). Е. Уанда Джордж и др. също смятат, че туризмът става изключително популярен и се явява механизъм за стимулиране на руралния растеж във времена на трудности. Те се позовават на заявленията на свои колеги, че „туризмът често е разглеждан от общностите, губещи своята традиционна икономическа база, като тяхно икономическо спасение“ (Inskoop 1991) и че „много общности в кризисни ситуации се обръщат, в резултат на безнадеждност, към туризма като техен „икономически спасител“ (George 1995; Wanda George et al. 2009: 3, 30).

Споделените от респондентите представи се вписват напълно в идеята за „селската идилия“. В техните разбириания селото е място, което предлага тишина, спокойствие, среща с природата, уют, топлина. Селото възпъгвава и определени представи за начин на живот, който е предполагаемо „по-истински“, „по-добър“, „по-здравословен“, „в хармония с природата“, „по-устойчив“. Всички тези определения се прехвърлят и върху предлаганата от къщите за гости храна. Селото поражда топли чувства, които ни връщат към *най-светлия период* в живота ни — детството и към времето, *прекарано на село, при баба*.<sup>7</sup> Носители на тези представи са предимно мигранти, които изразяват едно романтично отношение към селото и селския начин на живот, което същевременно бива ползвано от местни (предимно с идейната намеса на НПО) и от тях самите за създаването на стоки и услуги, които привличат потребители на хранителни продукти и туристи. Погледът отвън се оказва водещ при формирането на разбирианията за потенциалните ресурси и блага, които селото предоставя. Собственичка на къща за гости, която не е местна за селото, смята, че нещата са обвързани и ако местните не виждат конкретното село като туристическа дестинация, „няма как къщите за гости да печелят“. Това „самосъзнание“ липсва и „местните хора толкова са свикнали с климата, който е уникален и енергийния заряд, който го има, с гледката, а тя е уникална“, че според нея нищо от тези дадености „не им прави впечатление“.<sup>8</sup> Друга собственичка на къща за гости също споделя, че представители на неправителствена организация са оценили местен хранителен продукт, който хората от селото „не забелязвали“. Тя споделя още мисли в тази посока, като смята че „вярно сме загубени“, защото „не си цениме наш'то“.<sup>9</sup> Още един собственик на хотелски комплекс изразява мнение, че „хората отвънка имат очи да видят неща“<sup>10</sup>, които местните не виждат.

<sup>7</sup> Л. Д., жена, 45 г., София.

<sup>8</sup> Л. К., жена, ок. 50 г., с. Добърско, Разложко.

<sup>9</sup> Д. Л., жена, ок. 50 г., с. Горно Драглище, Разложко.

<sup>10</sup> Б. М., мъж, 53 г., с. Смилян, Смолянско.

Консумацията на „селското“ може да има много форми като пейзажи, природа, спокойствие, наследство. При всички тези случаи характеристиките на „селското“, които са обект на консумация, биват трансформирани в стоки, които могат да бъдат продавани и купувани. Уудс подчертава, че икономиката на консумация сега е не по-малко важна от икономиката на производство в поддържането на поминъците на селото. Според него туризмът винаги е широко популяризиран като подходяща стратегия за развитие на селските райони, която търси да замени западащи първостепенни индустрии като земеделието (Woods 2011: 92 – 93). Уудс смята, че туристическото консумиране на селските райони е мултисензорно преживяване, което включва гледки, звуци и вкусове. По същия начин както живописният туризъм подкрепя комодификацията на селските пейзажи, които вече са изгубили стойността си за продуктивисткото земеделие, така също възможности за ре-комодификация на продукти от традиционни храни и напитки и традиционни системи за производство и консумация на храни и напитки биват експлоатирани от нарастващия хранителен туризъм. Живописният туризъм включва визуална консумация на селото, докато хранителният туризъм търси да консумира селото чрез вкуса. Уудс се позовава на Бел (2006), който също говори за преследване на гастро-идилия, носталгично представяне на селото като място, където добрата, свежа храна може да бъде консумирана според местните традиции и рецепти в уютна среда. Така хранителният туризъм е част от по-широкото повторно свързване на вкус и място, обръщане на разделението на пространствата на производство и на потребление на храна, което е била характеристика на продуктивизма. Ре-комодификацията на храни и напитки като показващи селското и регионалната идентичност за хранителен туризъм се превръща в обща стратегия за диверсификация на производството, като част от развитието на агротуризъм (Woods 2011: 101, 116).

Грег Ричардс и останалите автори в книгата „Туризъм и гастрономия“ разглеждат гастрономията като социокултурна практика и важна културна индустрия, изследвана от перспективата на туризма. Ричардс смята, че конкуренцията между туристическите дестинации се засилва и това превръща местната култура в изключително ценен източник на нови продукти и дейности, които привличат и удивляват туристите. Гастрономията има особено важна роля в това, не само защото храната е централна за туристическото изживяване, но и защото тя се превръща в значителен източник за формиране на идентичност в постмодерните общества. Все повече и повече „ние сме това, което ядем“, не само във физически смисъл, но също така и защото се идентифицираме с определени видове кухня, с които се сблъскваме по време на ваканция (Richards 2011: 3).

Ричардс сочи още, че през последните години първоначалната дефиниция за гастрономия се разширява. „Енциклопедия Британика“ я определя като „изкуството на селектиране, приготвяне, сервиране и наслаждаване на добрата храна“. Първоначално гастрономията е била за благородниците, но с течение на времето концепцията включва „селска храна“, типична за определен регион или местна кухня. Нарастването на културните практики, свързани с храната, означава, че концепцията за гастрономията е започнала да обхваща и културни практики и тук Ричардс се позовава на Скапарто, който твърди, че вече можем да говорим за „гастрономическа култура“. Още повече, че сервирането и консумацията на храна се превръща в световна индустрия, от която туризмът е важна част. Заедно с други услуги и „изживявания“, предлагани на (пост)модерни потребители, се появява отделна система за производство, разпространение и представяне, която може да се характеризира като една от „културните индустрии“. В културната индустрия на гастрономията веригата на стойността се разширява, за да включва широк спектър от икономически дейности, много от които са свързани с туризма (Richards 2011: 4).

Грег Ричардс се позовава на Гидънс (1990) и Бауман (1997) и тяхното твърдение, че модерното състояние се характеризира с нарастващо ниво на социална и персонална несигурност. Хората търсят нови източници на идентичност, които осигуряват някаква сигурност в този изключително турбулентен свят. Както отбелязва Хеюсън (1987), а и други, които са го наблюдавали, наследството и носталгията осигуряват богат източник на знаци на идентичността, специално за туризма. Храната също се превръща във важен фактор в търсенето на идентичност. Тя е една от нашите базисни нужди, затова не е изненадващо, че е също така сред най-разпространените маркери на идентичност. Като се има предвид силната връзка между храната и идентичността, храната се превръща във важен маркер за място в промоцията на туризма. Ричардс смята, че можем да покажем нашия културен капитал, свързан с дестинацията, като ядем „автентична“ храна в самата дестинация. Една от съществените задачи в развитието и маркетинга на гастрономически туризъм е да се намерят начини за добавяне на стойност в приключението на храненето, като го направим незабравимо. Ричардс се позовава на Пайн и Гилмор, които сочат, че туризмът е една от типичните индустрии на изживяването, които ще доминират икономиката в бъдеще. Гастрономическите изживявания за туристи обикновено се развиват от перспективата на „уникалните“ аспекти на гастрономията, която може да бъде открита само в този определен район. Важен аспект на разработването на автентични местни продукти е призивът към носталгията и добродетелите на традиционно, по-просто и по-здравословно селско минало. Гастрономията

се развива именно заради живата култура, която се променя около нея. Важно е да се осъзнае обаче, че устойчивото развитие на гастрономическия туризъм е не просто съхраняване на миналото, но също така създаване на бъдеще (Richards 2011: 12 – 16).

Българската изследователка на храните, Елица Стоилова също смята, че „културните (кулинарните) продукти стават част от културните и творческите индустрии, културното предприемачество, а също така се превръщат в ключови ресурси за културния туризъм и туризма на изживяването“. Тя разглежда храните, и в частност празниците и фестивалите, посветени на местни аграрни и кулинарни традиции като събития, част от заявяването и изграждането на колективна кулинарна идентичност. Според нея схващането за това, че общността притежава специфично местно кулинарно знание, е в основата на празниците на храните. Чрез идентифицирането на кулинарен маркер, общността заявява себе си не само като наследник на специфични традиции, но също и като общност, която се съизмерва с конкретно споделено знание, опит и практики за производство и консумация на храна (Стоилова 2021: 8, 12 – 14). Вихра Барова разглежда производството и консумацията на млечни продукти и фестивалите, посветени на отделни храни като част от общата тенденция на преход от фермерство към туризъм (Барова 2018: 199 – 223; Барова 2018: 304 – 318).

### *Вкусване на селото – потапяне в селската атмосфера*

Храната е съществена част от цялостното туристическо изживяване и консумиране на „селското“. Тя заема важно място в презентирането на живота на село и превъплъщава добре въобразеностите за селското минало в образи, практики, знаци. Във фокуса на настоящата статия са къщи за гости, в които домакините изграждат близки взаимоотношения с туристите си и създават среда, в която те да се почувстват гости на семейството. Както отбелязва една от собственичките на къща за гости *„те ни идват като гости, тръгват си като приятели“*. Този тип къщи представляват *„вариант на семеен хотел с ограничение на услуги и удобства в стайте, като обикновено домакините споделят кухнята и трапезарията си с гостите“* (Средкова 2017: 164). В повечето случаи собствениците са семейства – съпругеска двойка, чиято стратегия е гостът да се *„потопи в живота на село и в нашия живот – за да види той, да се докосне до истинското, истинския живот на село и като дойдат тука да предлагаме едно преживяване на туриста, а не само една нощувка“*.<sup>11</sup> Носталгията по миналото е водеща и при друга двойка, която иска да създаде атмосфера, в която туристите *„да се по-*

<sup>11</sup> М. А., жена, ок. 50 г., с. Съботковци, Габровско.

*чувстват на гости като при близки хора, при баба, при дядо, да има усещане за семейство, за дом, да ги обгерижвам с бабините манджи“.<sup>12</sup>*

Къщата за гости на Петър в Източните Родопи, която той разработва заедно със съпругата си и дъщеря си, също постига тази близост с посетителите. Както при останалите и в тяхната концепция е важно *„човек като дойде да се почувства, че е на село“*.<sup>13</sup> Всъщност, преди повече от двадесет години, Петър започнал да се занимава със земеделие и по-конкретно с отглеждането на български еднозърнест лимец (*triticum monocossum*). Тази култура се е запазила в изоставените ниви на 10 – 15 обезлюдени села в района, като всяка година е хвърляла семена и се е самонасаждала. Така лимецът се запазил, благодарение и на това, че не е имало колективизация и според Петър е *„просто безценен дар за този регион“*. По неговите думи той е *„възродил лимеца за Източните Родопи“*. Едва по-късно заедно със семейството му са решили да се занимават с туризъм и да разработят къща за гости със специфична концепция. Тя е да предлагат предимно домашна храна и чрез къщата да реализират продукцията си — *„затваряш едно малко стопанство с качествена храна и услуга. Няма толкова екстри като хотелите, ама ти като искаш екстри, ша отидеш в еди кой си хотел, няма да ходиш в такава къща“*. Според Петър следващите 10 – 15 години ще са годините на *„нетрадиционния туризъм. Ние традиционния сме го виждали вече по морето и така нататък. Но вече оттука нататък хората започнаха да търсят нещо по-различно“*. Той смята, че тяхната дейност е добре структурирана и това е правилната стратегия за осъществяване на селски и еко туризъм — чрез къщата за гости да реализираш собствената си продукция. Но по неговите думи в България такива са само 15 – 20 къщи. Петър заявява, че са *„почти уникални с лимеца“* и разчита на тази уникалност в рекламната си стратегия. Част от атракциите, които предлагат на туристите са представяне и участие в *„традиционно приготвяне на хляб от лимец, в жътва, вършитба и други земеделски дейности, особено интересни по време на традиционния Ден на хляба“*.<sup>14,15</sup> Сред приготвянето на ястия с домашни продукти на първо място са тези с лимец и около него стопаните изграждат в голямата си част разказа и промоцията на мястото наред с *„уникалните“* археологически и природни забележителности. Според Петър *„Източните Родопи са толкова богати на толкова различни неща, които нямат нищо общо с останалата част на държавата“*.

Подобна на концепцията на Петър споделя и Димитър, друг собственик на две къщи за гости, които също се намират в Източните

<sup>12</sup> Т. М., жена, ок. 50 г., с. Горско Сливово, Ловешко.

<sup>13</sup> П. А., мъж, ок. 60 г., с. Рабово, община Стамболово.

<sup>14</sup> Празник, който организират от 2010 г.

<sup>15</sup> За повече подробности виж. <http://newthraciangold.eu/?lng=bg>

Родопи. Двата обекта са част от мрежата на проект „Новото тракийско злато“ и вероятно целите и идеите му са повлияли на Димитър да се захване с туризъм, както и появилите се възможности за финансиране. Докато Петър разработва дейностите си независимо и много преди проекта, Димитър е подпомогнат от него и от Програмата за развитие на селските райони (2007 – 2013). Основното занимание на Димитър е животновъдството, докато къщите за гости се явяват допълнителна дейност. По думите му към стартиране на туризма са се *„ориентирали по хората в района“*. Съпругата му и той споделят, че туристите все повече започват да търсят *„по-тихо място, по-биологични продукти, нали да хавват хората“* и да е *„по-забутано“*.<sup>16</sup> Все характеристики, присъщи на представата за въобразената селска идилия. В концепцията на Димитър животновъдството и къщите за гости се съчетават добре – *„животните, сирене, домашни такива продукти“*.<sup>17</sup> Те обаче не успяват да предлагат много домашни продукти на гостите си, защото нямат достатъчно време и персонал, за да смогнат с всички дейности. Пример е *„домашното сирене“* от техните животни, което обаче се прави в малка мандра до Стара Загора. Димитър разказва, че в работния процес е ангажирано цялото семейство – той и съпругата му и техните родители, както и трима работници, но работата е много. В тази къща за гости не се предлага близост с домакините като споделяне на трапезата с тях и общо място за хранене. Към една от къщите функционират магазин и ресторант, отворен за хората от селото. Дали защото още в началото Димитър и семейството му не поставят на първо място къщите за гости и не са планирали да се издържат от тях, по думите му те *„остават на заден план“*. Още преди къщите за гости, пак с финансовата подкрепа на проекта „Новото тракийско злато“ Димитър създава и туристическата атракция – *„Пътят на сиренето“*. С нея по предварителна заявка показва целия процес по направата на сирене – от доенето до слагането му на трапезата. Интересът на туристите обаче, както споделя Димитър, е насочен предимно към дегустацията, а не към цялостния процес, който предлага атракцията.

Къщата за гости на Диана също предлага потапяне в живота на село чрез местни обичаи, вкусна домашна храна и непринудено държание от страна на домакините.<sup>18</sup> Стратегията на Диана е да предлага комплект услуги и да продава *емоция*. В къщата ѝ има *музейче*, където гостите могат да облекат традиционни български носии или да научат занаяти. Специална програма представя местните обичаи

<sup>16</sup> Б. П., жена, ок. 30 г., с. Пелевун, Ивайловградско.

<sup>17</sup> Д. П., мъж, ок. 30 г., с. Пелевун, Ивайловградско.

<sup>18</sup> Те дори се карат пред гостите, защото според Диана това *„е част от живота, част от нещата – ние не се срамуваме да не се скараме, защото няма семейство, което да не се скара“*.

и така гостите се пренасят в *детството*, като си припомнят *в миналото какво е било*. Местни колоритни баби са част от програмата, но те не само показват обичаи, а имат специална роля — да бъдат *аниматорки* на гостите — да пеят песни, да разказват забавни истории и да вдигат наздравици. Цялата тази програма отразява мисленето на Диана и стратегията ѝ за предлагане на туристическа услуга — *„на госта не му е нужно да му дадеш ключа и леглото, той иска друго нещо, не само легло. Няма да спиш пък денонощно. Идеята е да имаш забавления, да направиш нещо различно. Леглова база има много в околията. Другото липсва. Ние залагаме повече на емоциите, на представлението“*.

Храната заема съществено място в цялостната презентация на Диана. Както е отбелязано в брошурата на къщата ѝ за гости: [Диана] има особено отношение към храната — [тя] трябва да се приготви с любов, продуктите да са от двора, от роднини или съселяни. Освен, че къщата ѝ е сертифицирана като „Зелена къща“, Диана приготвя местен сурово-сушен колбас, известен с наименованието „нафпавок“<sup>19</sup>, с който е част от Съкровищницата на вкусове<sup>20</sup> на международната организация Slow Food<sup>21</sup>. Колбасът представлява и Президиум — малък проект на Международната фондация за биоразнообразие на Slow Food, чиито цели са да защитава традиционни продукти и методи на производство, екосистеми и селски пейзажи, всички изложени на риск от изчезване. Обикновено фондацията подпомага местните производители чрез популяризаторска дейност и възможност да представят продуктите си на провеждания на всеки две години форум Terra madre salone del gusto в Торино. От разговора ми с Диана разбирам, че е възприела философията на Slow Food за храната. Тя споделя, че храната е култура, а *„държавата без култура не е нищо“*.<sup>22</sup> Според нея от селското производство *„по-убаво нема“*, при *„него се знае“*, докато *„био-*

<sup>19</sup> Приготвя се от най-добрите части на прасето и направата му е дълъг и сложен процес.

<sup>20</sup> Slow Food е глобална организация, основана през 1989 г., за да предотврати изчезването на локалните хранителни култури и традиции, да противодейства на възхода на бързия живот и да се бори с намаляващия интерес на хората към храната, която ядат, от къде идва и как нашите хранителни избори влияят на света около нас. В основата на концепцията за храната на организацията стоят три взаимосвързани принципа — храната трябва да е добра, чиста и честна.

<sup>21</sup> Съкровищницата на вкусове пътува по света и събира малки качествени производства, които принадлежат на културите, историята и традициите на цялата планета: наследство от плодове, зеленчуци, породи животни, сирена, хляб, сладкиши и сушени меса... Тя е създадена за да отбележи съществуването на тези продукти и да привлече вниманието към риска те да изчезнат в рамките на няколко поколения.

<sup>22</sup> Д. Л., жена, ок. 50 г., с. Горно Драглище, Разложко.

то е нищо – наръгаха го сос тор и сетне лудето дава луди пари за глупости дава“. Диана готви на старата си печка „Чудо“ и смята, че селските манджи изискват повече време за приготвяне и затова повечето хора „бегат от всичкото това нещо. Всеко иска да клопне в чинията, в тенждурата за 2 минути да го направи и айде да търчи по патицата“. Но все пак е обнадеждена, че „българинът са връща [към старото, традиционното] и все повече започва да оценява“. Готвенето на дърва допринася за вкусните гозби<sup>23</sup> и създаването на топлина и уют за гостите. Диана разказва още, че показването на традициите е вид запазване и споделя че прави всичко това, не заради печалбата, а „заради това да съхраниш“.

Още една къща за гости споделя концепцията, подобна на тази на Петър – предлагането на продукти от фермата в къщата за гости – успешна стратегия за „затваряне на кръга“. Мария и съпругът ѝ Стефан са започнали с животновъдна ферма, след което са решили да развият и туризъм – „за мен беше важно още в самото начало, че искам истинска храна за семейството си, и после има щастливци, които се закачат за тая истинска храна. Сега като наши приятели или като наши гости или като наши клиенти. Взехме решение да започнем туризъм, не просто да затвориме кръга да не е само туристически продукт ами т’ва, което произвеждаме във фермата да го предлагаме на туриста“.<sup>24</sup>

Те също предлагат „едно преживяване на туриста, а не само една нощувка“<sup>25</sup> и потапяне в живота на село и „докосване до истинското, истинския живот – тука е тишина, спокойствие, мое децата да играят, мое всичко, нещата са истински“.<sup>26</sup> Мария обаче споделя, че не всички са настроени за такъв тип туризъм и понякога се получавало разминаване между очакванията на туриста и това, което предлагат. По време на престоя ми токът спря и домакинята подчерта, че това също е част от живота на село и понякога отнема повече време, за да се поправи щетата. Вечерта цялото семейство се събираше да вечеря с гостите си. А по време на приготвянето на самата вечеря Мария спомена, че на село ядеш това, което ти предложи градината. И днес това са патладжани. Още с пристигането ни беше обяснена възможността сами да наберем продуктите за вечерята ни. Храната определено играе съществена роля в туристическото представяне. За това говори и цената на предлаганата вечеря, която е толкова, колкото и на самата нощувка. Храната е изцяло домашна, с млечни продукти от семейната ферма и от градината. Млякото се подквасва от домакините в глинени съдове. Наред с всичко друго, те разработват и проекти, свързани с

<sup>23</sup> Много от местните споделят, че готвенето на дърва придава специфичен вкус на ястията и те стават винаги по-вкусни.

<sup>24</sup> С. А., мъж, 58 г., с. Съботковци, Габровско.

<sup>25</sup> М. А., жена, ок. 50 г., с. Съботковци, Габровско.

<sup>26</sup> С. А., мъж, 58 г., с. Съботковци, Габровско.



издирване и съхранение на стари местни рецепти — два от тях носят следните заглавия: „Да възродим бабините гозби“ и „И замириса на бабини манджи“. Домакините представят на гостите си различни занаяти и показват специално подготвени програми — „Пътят на хляба“, „Пътят на млякото“, „Пътят на вълната“ — *„просто се опитваме да съхраним традициите и на повече неща да научиме младите, дечицата на това какво е било и да го запомнят“*.<sup>27</sup>

Стратегията на Таня и Младен е да създадат в тяхната къща за гости атмосфера на домашен уют с идеята туристите да се почувстват наистина гости на семейството. Семейната двойка споделя, че се стремят туристите *„да се почувстват на гости като при близки хора“*, да претворят *„усещането за село, за дом, за баба, за дядо“*.<sup>28</sup> Тяхната идея е да не създават лъскави стаи, а интериорът да е *„с естествен вид — искаме да е по-селско, по-автентично“*. Те смятат, че този подход е успешен, тъй като мястото им *„привлича точните хора“*, които винаги споделят, че са успели да се почувстват *„на гости като при баба и дядо“*. Домакините смятат, че качеството на живот на село е *„друго, по-добро“* и нещата са *„много по-прости“*. Отношението им към храната е съществено за предоставяне на качествена туристическа услуга. Тя трябва да е домашна — от собствена градина, от съседни и съмишленици — *„истинските неща са домашно приготвените неща, това, което расте в градината, туй което се произвежда във фабрика не може, няма как да е истинско“*. Споделят, че все още не са открили кулинарен специалитет, характерен за региона. Подчертават, че пълнената чушка е *„издигната в култ“*, събрали са няколко други рецепти, но продължават с търсенето. Те самите не отглеждат животни за мляко и споделят, че *„изпадат в потрес от момента, в който ще трябва да си купуваме мляко в кутия на село“*.<sup>29</sup> Много от местните са се отказали да гледат животни, заради прекалено големите изисквания на държавната политика.

Последният случай, който се различава от останалите, е на комплекс от три къщи. Неговите домакини се опитват да спечелят своите клиенти с автентичното възстановяване на сградите — *„идеята е да се запази... Това е богатство, българско с начина на строеж, с материалите, архитектурата, всичко...“*<sup>30</sup> Собствениците са вложили голямо старание да изпипат всеки един детайл от интериора и екстериора на къщите. Те са работили дълги години в чужбина и са решили, че ще се занимават с такава дейност, след като били на почивка в Испания в подобни къщи, които били съхранени външно от може би XV век. От споделеното от Силвия разбирам, че техните услуги са насочени

<sup>27</sup> М. А., жена, ок. 50 г., с. Съботковци, Габровско.

<sup>28</sup> Т. М. жена, ок. 50 г., с. Горско Сливово, Ловешко.

<sup>29</sup> М. М. мъж, ок. 50 г., с. Горско Сливово, Ловешко.

<sup>30</sup> С. Т., жена, ок. 60 г., с. Косово, Асеновградско.

предимно към хора от чужбина и най-вече българи и потомци на българи, които живеят извън страната. *„Такива места ни липсват на такива като нас, които сме живели много дълго в чужбина... Хем българско, хем пък с всички удобства. Хем типично – да видиш, да почувстваш българското, хем тихо, хем чисто, но пък и да си има всичките неща, с които си си свикнал – да не е тоалетната на двора, отоплението да си е отопление“.*

В този комплекс има механа, която е отворена и за външни хора. Макар Силвия да споделя, че идеята им *„гостите да се почувстват именно в къща за гости, а не в един хотел, където всичко е на конвейер“*, те не предлагат такова споделено пространство, което да ги доближи до туристите, като на другите места. Мащабът на дейностите им не предполага само семейна заетост, а и наети външни лица. Отношението към храната, обаче остава същото. Тя е строго регионална – продуктите се закупуват от околността, на не повече от 30 км от селото. Силвия разказва, че са наясно, че не могат сами да произведат всичко и затова се доверяват на малки производители на зеленчуци, месо, мандри и хлебопекарна. Те са на принципа, че *„всеки си прави своето си нещо, но просто знаеш кой го прави. Има доверие между производителите и нас потребителите. Няма много посредници по линията, което е добрият начин според нас, това е начина“*. Собствениците са наели готвач, на който са платили специален курс за обучение. В менюто присъстват типичните родопски специалитети като пататник, качамак и др., тъй като къщите се намират в Родопите. Във философията им е да не търсят *„бърза печалба“*, като осъзнават че инвестицията, която са направили, ще се върне много бавно – *„ако търсиш бърза печалба, не се обръща внимание на детайлите. Нито една къща за гости няма бърза възвръщаемост на инвестицията и клиенти, които да спечели веднага“*.

### **Заклучение**

Изложението показва, че храната има съществена роля в консумирането на селото и за цялостното туристическо преживяване. Домакините използват умело носталгията по миналото, за да създадат образ на храната от това минало като истинска, по-добра, по-качествена. Тя определено може да бъде ресурс за създаване на регионална идентичност и да спомага за изграждане образа на местната уникалност (Storey 2006). Част от образа на храната в миналото е свързана и с нейните характеристики като екологично чиста, отгледана и произведена без вредни химикали и антибиотици за животните. Домакините се стараят да я представят като естествена част от живота на село и в повечето случаи като нещо, което приготвят за себе си и своите семейства. Всяка една от къщите за гости се опитва да създаде презентация на храната, която да я отличава. Ако се позова на тезата на

Уанда Джордж и други, че туризмът към селските райони е „форма на „ескейпизъм“ от глобализацията“, то тя доста добре се свързва с изграждането на тази регионална идентичност и с производството на кулинарно културно наследство. Чрез съхраняване на кулинарното минало и производството на ново, общностите в селските райони създават бъдеще за своето икономическо съществуване. Туризмът наистина се явява възможна алтернатива за тях. Примерите за успешно изграждане и развитие на селски туризъм, в който съществено значение има и кулинарията, обаче, са все още малко на брой. Нямаме наличие на развит целенасочен гастрономически туризъм, по-скоро кулинарията е част от цялостното туристическо преживяване.

### Литература:

- Барова, В. 2018.** Гастростратегии на производителите на натурални млечни продукти (по примери от Ловешко и Смолянско). **Петров, П., Ив. Петрова. (съст.)** *Агрокултурни трансформации в условията на европеизация и глобализация*. София, ИК „Гутенберг“, 199 – 223.
- Барова, В. 2018а.** — Глобализиращи ефекти на алтернативния туризъм върху местните практики и производства (по материали от Смолянско). **Петров, П., Ив. Петрова. (съст.)** *Агрокултурни трансформации в условията на европеизация и глобализация*. София, ИК „Гутенберг“, 304 – 318.
- Лулева, А. 2020.** Традиция и ре/традиционализация: Калоферското мъжко хоро. *Етнологията в променящата се свят*. София, АИ „Проф. Марин Дринов“, 197 – 215.
- Петрова, Ив. 2018.** „Назад към хляба на баба“. Стратегиите на български дребни предприемачи при конструиране и употреба на културното наследство. **Петров, П., Ив. Петрова. (съст.)** *Агрокултурни трансформации в условията на европеизация и глобализация*. София, ИК „Гутенберг“, 224 – 249.
- Средкова, С. 2017.** *Стари и нови поминъци в Пиринския край*. София, ИК „Гутенберг“.
- Станчева, Ат. 2018.** Съживяване на селските райони? Примерът на проекта „Новото тракийско злато“. **Петров, П., И. Петрова. (съст.)** *Агрокултурни трансформации в условията на европеизация и глобализация*. София, ИК „Гутенберг“, 275 – 303.
- Стоилова, Ел. 2021.** *Празници и фестивали на храните: валоризация на локалното кулинарно наследство*. Пловдив, УИ „Паисий Хилендарски“.
- Almstedt, A. 2013.** Post-productivism in rural areas: A contested concept. **Linda Lundmark, Camilla Sandström (ed.)**, *Natural resources and regional development theory*. Umeå: Institutionen för geografi och ekonomisk his-

- toria, Umeå universitet GERUM Kulturgeografisk arbetsrapport, 8 – 22.
- Alsayyad, N. 2001.** Global Norms and Urban Forms in the Age of Tourism: Manufacturing Heritage, Consuming Tradition. **Nezar Alsayyad (ed.)** *Consuming Tradition, Manufacturing Heritage. Global Norms and Urban Forms in the Age of Tourism.* Routledge, Routledge, 1 – 33.
- Brunori, G., F. Bartolini. 2016.** The Family Farm: Model for the Future or Relic of the Past? **Mark Shucksmith, David L. Brown (eds.)** *Routledge International Handbook of Rural Studies.* Routledge, 192 – 204.
- Galani-Moutafi, V. 2013.** Rural space (re)produced – Practices, performances and visions: A case study from an Aegean island. *Journal of Rural Studies.* 32, 103-113.
- George, E. W., H. Mair and D. G. Reid. 2009.** Introduction to Rural Tourism Development. **George, E. Wanda, Heather Mair and Donald G. Reid (eds.)**. *Rural Tourism Development Localism and Cultural Change.* Channel View Publications. 1 – 19, Channel View Publications, 1 – 19.
- Gorman, M. 2006.** Gender Relations and Livelihoods Strategies. **Bock, Bettina B., Sally Shortall (eds.)**. *Rural Gender Relations: Issues and Case Studies.* CABI Publishing, 27 – 46.
- Pepper, D. 1996.** *Modern Environmentalism. An Introduction.* Routledge.
- Perkins, H. C. 2006.** Commodification: re-resourcing rural areas. Cloke, Paul, Terry Marsden and Patrick Mooney (eds.). *The Handbook of Rural Studies.* SAGE Publications, 243 – 257.
- Salazar, N., B. Graburn, Nelson H. H. 2014.** Introduction. Toward an Anthropology of Tourism Imaginaries. **Salazar, Noel B., Graburn, Nelson H. H. (eds.)** *Tourism Imaginaries. Anthropological Approaches.* Berghahn Books, 1 – 30.
- Storey, D. 2006.** Images of Rurality: Commodification and Place Promotion. *The Rural Citizen: Governance, Culture and Wellbeing in The 21<sup>st</sup> Century, Compilation.* University of Plymouth, UK.
- Richards, G. 2011.** Gastronomy: an essential ingredient in tourism production and consumption? **Hjalager, Anne-Mette, Richards, Greg.** *Tourism and Gastronomy.* Routledge.
- Woods, M. 2011.** *Rural.* Routledge.

#### Интернет източници:

- <https://www.baatbg.org/bg/%D0%B7%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B8-%D0%BA%D1%8A%D1%89%D0%B8/2/>
- <https://newthraciangold.eu/?lng=bg>
- <https://www.devetakiplateau.org/sdruzhenie.html>
- [https://agriculture.ec.europa.eu/common-agricultural-policy/cap-overview/cap-glance\\_bg](https://agriculture.ec.europa.eu/common-agricultural-policy/cap-overview/cap-glance_bg)

# ОТГЛЕЖДАНЕ НА ЗЕЛЕНЧУЦИ И КУЛИНАРНИ ПРАКТИКИ В СЕВЕРОЗАПАДНА БЪЛГАРИЯ ПРЕЗ 40 – 50-ТЕ ГОДИНИ НА ХХ ВЕК

Гл. ас. д-р Яна Янчева,  
Институт за етнология и фолклористика  
с Етнографски музей —  
Българска академия на науките

**Анотация:** Статията изследва целия цикъл на отглеждане на най-консумираните зеленчуци през 40-те и 50-те години на ХХ век в Северозападна България. Представям кулинарни практики, свързани със съхранението, консервирането и приготвянето на зеленчуци през изследвания период, както и някои промени в тях, настъпили в резултат на социалистическата колективизация в селското стопанство и съвременния начин на живот. Интересувам се от взаимодействията и взаимните влияния между зеленчуковите култури и стопаните и „социалните светове“ (по термина на Джесика Барнс), които те са формирали в различни фази от развитието на растението през 40-те и 50-те години на миналия век.

**Ключови думи:** зеленчуци, градинарство, зеленчукови градини, отглеждане, „социални светове“ на зеленчуци, съхранение, консервиране и кулинарни практики

**Abstract:** The article searches the entire cycle involved in the cultivation of the most consumed vegetables in the 1940s and 1950s in Northwestern Bulgaria. I present culinary practices related to the storage, preservation and preparation of vegetables during the studied period and some changes in these practices occurred as a result of the agricultural collectivization and the contemporary lifestyles. I am interested in the interactions and mutual influences between the vegetables and the farmers, and the „social worlds“ (in Jessica Barnes’s term) that they formed at different phases of the plant’s development in the 1940s and 1950s.

**Keywords:** vegetables, gardening, vegetable gardens, cultivation, social worlds’ of vegetables, storage, preservation and culinary of vegetables

*Увод: Цели, задачи, методи*

С този текст продължавам темата, по която работя през последните години, за градинарството в Северозападна България.<sup>1</sup> Целта е да се разгледа целия цикъл, свързан с отглеждането на най-консумираните зеленчуци през 40-те и 50-те години на XX век в региона. Ще представя кулинарни практики, свързани със съхранението, консервирането и приготвянето на зеленчуците през изследвания период, както и някои промени в тях вследствие на колективизацията в селското стопанство и съвременния начин на живот. В тази статия отново се интересувам от взаимодействията и взаимните влияния между зеленчуковите култури и стопаните, както и от „социалните светове“ (по термина на Джесика Барнс), които тези взаимодействия формират в различни фази от развитието на растението през изучавания период.

Фокусът на изследването е насочен към състоянието на градинарството в с. Мездрей, Берковска община, област Монтана, през 40-те и 50-те години на XX век като пример за селище, в което този поминък не е основен, а допълнителен за местното население. За това село се отнася основният корпус от данни, тъй като в резултат от работата ми по дисертационния ми труд за колективизацията в българското село (Янчева 2015) вече разполагах със значителен материал за историческото развитие на селското стопанство в с. Мездрей и за селскостопанските практики на обитателите му. Чрез работата по проекта за градините събрах целенасочено информация за градинарството и за други стопански сектори като отглеждането на ягоди, малини, коноп. По този начин успях да постигна натрупване на данни, които ми позволяват да конструирам по-детайлна и многоаспектна картина на градинарските и други стопански практики в това село. Междувременно разширих обсега на теренното изследване с наблюдения върху гр. Берковица и други села от общината.

В изследването съчетавам няколко метода.<sup>2</sup> Основно стъпвам на биографичното интервю. С жители от/на с. Мездрей са проведени множество биографични интервюта<sup>3</sup>, от които 15, направени в пери-

<sup>1</sup> Тя е един от резултатите от проекта „Градината – място на биокulturно разнообразие и интердисциплинарно пресичане“, финансиран от Фонд „Научни изследвания“ (ДН10/1, 13.12.2016 г.) и реализиран от етнологи от Института за етнология и фолклористика с Етнографски музей при БАН (базова организация) и етноботаници от Института за биоразнообразие и екосистемни изследвания при БАН.

Виж предходните статии Янчева 2018 и Янчева 2021, които са пряко обвързани с настоящата тема.

<sup>2</sup> За методите виж Янчева 2015: 24 – 30.

<sup>3</sup> АЕИМ Янчева 2007 (ИЕФЕМ: Архив на Етнографски институт с музей).

ода 2007 – 2009 г., имат отношение към настоящата тема. С предишни и нови респонденти от селото, както и от гр. Берковица и селата Боровци, Бързия, Черешовица, Гаганица и някогашното село Беговица (настоящ квартал на общинския град) са осъществени още 23 детайлни тематични интервюта, направени в периода между юли 2017 и юни 2018 г., отнасящи се за конкретни стопански практики, свързани с градинарството. Респондентите са предимно хора, родени между 30-те и края на 50-те години на ХХ век, т.е. настоящи пенсионери, но сред тях има и по-млади градинари, родени между 70-те и 80-те години на ХХ век, които използват съвременни стопански практики. Интервюираните са жители на града и околните села, селски стопани, бивши членове и работници в ТКЗС, някогашни кооперативни агрономи и администратори, хора с различни професии, които отглеждат малки или по-големи зеленчукови градини в домашните си стопанства.

Другият изследователски метод е дискурсивен анализ на архивни документи от Регионалния държавен архив – Монтана, които отразяват развитието и състоянието на селското стопанство и в частност на градинарството в с. Мездрея и в община Берковица като цяло, от научния архив на ИЕФЕМ<sup>4</sup>, както и на отделни публикации във в. „Орало“.

В настоящата статия отново се опирам на концепцията на Джесика Барнс за „социалните светове“ на стопанските растения, под което тя разбира преплитанията на живота на растенията с този на хората, свързани с тях, в ролята им на производители, търговци или консуматори. Тази концепция обръща внимание на взаимните влияния – на човека върху растенията и обратно, т.е. как растенията обвързват съществуването си с човешката дейност и, обратно, как хората са обвързани с растенията (вж. Barnes 2016).

От Барнс заимствам и модела на организиране на анализа и структуриране на статията – според различните материални форми на зеленчуците, които са важни за стопаните: семе, растение и плод. Първо представям състоянието им като семе и изследвам практиките на селектиране. След това – като растение с акцент върху начините на отглеждането и към полагащите за тях грижи. Накрая разглеждам зеленчуците като плод, като обръщам внимание на консумацията – начините на съхранение, консервиране и готвене. Вниманието ми е насочено към взаимодействието между стопаните и растенията в периода до колективизацията.

Тъй като в предходните статии обръщам внимание на състоянието на земеделието в с. Мездрея през изследвания период (Янчева 2018), както и на развитието на градинарството в Берковския край в

<sup>4</sup> АЕИМ Василев 1946.

края на XIX и първите десетилетия на XX век (Янчева 2021), тук ще отбележа само кои култури са били отглеждани в района според спомените на респондентите. Отглеждали са се най-вече няколко вида пипер — *селски пипер*, *шипка*, *прѣтени чушки*, *кози рог*<sup>5</sup>, два вида домати — *едри домати* и *ситни домати*, няколко вида лук — предимно *кромид (червен лук)*, *лук водняк*, *керкезки лук*, *чесън (бел лук)*, праз, моркови, краставици *корнишонки*, зеле, кръмно цвекло за храна на животните, *свински тикви* — оранжеви със зелени петна, захарна тръстика, метла, подправки — *чубрица*, *копър*, *джоджен*, *магданоз (мерудия)* и *сминдух (сминдул)* по-рядко.

Въпреки че грахът (*грахта*), лещата, марулята, салатата са стари култури и присъстват в диетата на българите от средните векове (Робов 1983), интервюираните жители на с. Мездрея и гр. Берковица твърдят, че тези растения не са били отглеждани в техните селища до края на 50-те години на XX век. Според тях до колективизацията не са се отглеждали още *боб пешак*, *репички*, *тиквички*, *патладжани (сини домати)*, нито *бели тикви* или *тикви цигулки*. Някои хора споменават, че са гледали *ряпа*, но това не било масова практика.

Отглеждането на зеленчуци в изследваните селища преди колективизацията се характеризирало с маломерност на градинските парцели, не много висока производителност, липса на особено разнообразие от сортове и насоченост предимно към задоволяване на нуждите на домакинствата.<sup>6</sup>

### *Зеленчуците като семе*

Всички мои събеседници са категорични, че в миналото разнообразието от сортове в с. Мездрея и в Берковския край като цяло било твърде ограничено — по един или два сорта и много рядко по три сорта от вид зеленчук (като пиперите и *бобовете*). Всички те потвърж-

<sup>5</sup> С курсив разграничавам думите на респондентите, като се стремя да се придържам към тяхното автентично звучене, включително местните особености на диалекта и граматичните грешки.

<sup>6</sup> В настоящия текст използвам предимно три глаголни времена. Тъй като често повествованието преминава от едно време в друго дори в рамките на един абзац, налага се необходимостта да уточня в какви ситуации ги използвам. Употребявам минало преизказно време, когато преразказвам сведения от респондентите за минали практики, които вече не са актуални или няма данни, че са поддържани в настоящето. Когато говоря за практики, характерни за всекидневната култура в миналото, които обаче продължават да се поддържат и днес, използвам сегашно време. Събития и факти от миналото представям чрез употребата на сегашно историческо време.



дават, че до колективизацията домакинствата използвали собствени семена.

Практиките, свързани с подбор на семената, не са се променили през десетилетията и са се запазили в наши дни. Бивша агрономка в ТКЗС, вече пенсионерка, уточнява, че за да се изберат най-добрите семена, трябва да се оставят подбрани плодове, които са вързали най-рано в най-долната част на растението и да се изчака докато узреят напълно, преди да бъдат откъснати. Селектирането на семената както при пипера, така и при доматиите, *боба* и др. е свързано с категоризирането на зеленчуците, като по този начин всъщност се осъществява двоен подбор – на семето и на плода.

Семействата, които сами произвеждат семената си, продължават да поддържат старите селекционни практики. При пипера и до днес най-ценени са чушките, предназначен за пълнене, които се нанизват на конопени *връви*. Търсеното идеално качество на *селския пипер*, който се отличава с тънки стени, е обвързано с нуждата чушките да са подходящи за сушене и за пълнене. Затова се избират прави и средно големи чушки (нито прекалено дребни, нито прекалено дълги като капиите).<sup>7</sup>

През лятото семето на доматиите се избира от най-едрите, месести, добре узрели и най-червени домати. В някои семейства предварително се избират няколко едри домата, които се оставят на стръка, за да наедреят. Семената се отделят, измиват се и се оставят да съхнат на хартия или стар парцал, като при съхненето залепват за повърхността и така се съхраняват някъде на сухо място. Всички интервюирани заявяват, че преди колективизацията в с. Мездрея се отглеждали само един или два вида домати – *обикновени* или *едри* и *ситни*. Техните сортове не се разпознават или назовават, а хората си спомнят, че *едрите* домати били сладки, но се отличавали със значително по-слаба продуктивност и дори били по-дребни (*по-ситнички така от сегашните домати*) в сравнение с по-късно появилите се сортове, разпространявани в мрежата на Стопанско обединение „Сортови семена и посадъчен материал“. Това е и причината старите домати да бъдат изоставени след колективизацията.

Семената на *корнишонките* се събират от най-едрата и рано узряла краставица, която не се откъсва, а се оставя да зрее на стъблото. След откъсване, краставицата се разрязва, семената се изваждат и измиват. След това се оставят на хартия или на плат да изсъхнат, надписват се и се запазват за засяване през пролетта.

Семето на лука – *кромид* (*червен лук*) и *водняк* – също се сеело за разсад. Георги (род 1949 г.) казва: „*Три-четири луковици кромид и водняк в градината не се оскубват, а се оставят за семе, а другото се къриш*

<sup>7</sup> Детайлна информация за селектирането на пипера виж в Янчева 2021.

да прави глава, защото иначе семето изсмуква силите“. Когато тези глави лук се отглеждат като двугодишни растения, за да дадат семе, от тях в края на лятото през втората година поникват много дълги стъбла с цветове, които хората наричат *коне* (също и у Маринов 1901: 161). След като прецъфти, *коне*то образува *топка* със семена на върха си. През есента дръжките се отрязват заедно с топките, връзват се и се оставят да висят и да съхнат. До един месец те изсъхват и се стриват. Семето се изчиства и се прибира в памучни/конопени парцали или торбички, надписва се и престоива зимата на сухо, проветриво място.<sup>8</sup> *Коне*то се развива за сметка на луковицата, затова, ако стопанинът не иска да получи семе, той го *скопева*, т.е. прекъсва го.

Празът, зелето, рясата и цвеклото са двугодишни растения като лука. Затова добиването на семето им ставало по подобен начин, т.е. през втората година няколко растения се оставяли да цъфнат и да формират семена. Те се събирали и изсушавали върху плат или хартия и се съхранявали в конопени торбички на тавана. Днес с отделни изключения стопаните предпочитат да закупуват от пазара семената и дори плодовете на тези зеленчуци, вместо да ги отглеждат в градините си.

В миналото в Берковските селища познавали три вида фасул (думата фасул не е била използвана): *бел боб* (за зрял), *шарен боб* (за зрял и за зелен) и *мек боб* (зелен боб). Избирали се едри семена, които се оставяли да узреят в шушулките (*чушките*) най-често в долната част на стъблото. Обирали шушулките, когато изсъхнали. След това зърната за семе се отделяли от шушулките и се оставяли да съхнат в тави или върху черги на слънце. Съхранявали се в платнени, конопени торби, висящи на греди от тава, т.е. на проветриво и сухо място.

През зимата събирали едрите семена на тиквите и също ги сушили върху плат или хартия, а после съхранявали на проветриво място. Някои семейства продължават практиката да селектират семената на тиквата. Семената на *мерудията* се събират от узрял стрък и се сеят всяка година.

Другият зеленчук в Берковския край, отглеждан в големи количества като храна за хората и за животните преди колективизацията, бил картофът. В периода между двете световни войни Министерството на земеделието и държавните имоти (МЗДИ) започнало да внася големи количества посадъчен материал за картофи от холандския сорт бинте (Стайков 1983)<sup>9</sup>, което се потвърждава и от документите на Околий-

<sup>8</sup> Цветана разказва и за практиката вместо да оставят главите лук да престоиват в земята зимата и на пролетта да дадат семе, да се засаждат стари глави, които пускат *коне*то.

<sup>9</sup> Има данни, че картофите навлезли в Северозападна България около 1840 г. от Сърбия и Унгария (Стайков 1983). До Първата световна война население-

ското агрономство — Берковица.<sup>10</sup> Там се казва, че през първата половина на 40-те години отдел „Земеделско производство“ към МЗДИ чрез Околийското агрономство задължавало всички земеделски стопанства, намиращи се в определените от агрономството населени пунктове, да осигуряват производство на картофи сорт бинте за семе, които щели да се изкупят от Българската земеделско кооперативна банка (БЗКБ). По този начин сортът достигнал и до домакинствата на с. Мездрея, гр. Берковица и останалите селища и постепенно станал доминиращ. През есента картофите за семе с диаметър около 4 — 5 см се отделяли от произведената реколта и се съхранявали в конопени или платнени чували на тъмно, сухо и проветриво място в *мазата*, като редовно се почиствали от *кълциите*.

За съжаление оскъдните документи в Регионалния държавен архив — Монтана не дават информация дали Околийското агрономството или други специализирани институции преди колективизацията са предоставяли на стопаните и други семена, освен за картофи.

В миналото всички практики, свързани с подбора, почистването и съхраняването на семената, били отговорност на по-възрастните жени в семейството. Днес домакините продължават да съхраняват семената си в платнени торби, кърпи или в хартия на сухо и хладно място, но вече не използват таваните за тази цел. Някои стопани продължават да спазват някогашната практика малко преди посяването им да проверяват дали семената на пипера, доматиите, краставиците, лука, зелето и др. подобни са годни, като потапят семената в съд с вода с телесна температура. Онези, които остават да плуват на повърхността на водата, са *кухи* и се изхвърлят. Потъналите семена са годни за посяване. Те се изваждат, внимателно се изсушават и тогава се посяват.

### *Зеленчуците като растения*

Правене на разсад. След като семената на зеленчуците се засеят, започва тяхното съществуване като растения. Пиперът бил основното, преобладаващо и най-важно растение в разсадите, той се сеел най-напред и около него били организирани останалите растения. Мястото за разсадите се подготвяло в двора на къщата и се наричало *ястък*. *Ястъците* били специално подготвени и обработени терени в

---

то от планинските и припланинските райони отглеждало картофите като храна за хората и за животните, но само за задоволяване на собствените нужди. В периода между двете световни войни площите за отглеждане на картофи се разширили повсеместно, а по време на Втората световна война значението на картофите като храна за хората било утвърдено в условията на реквизиции и наряди.

<sup>10</sup> ОА 1942 — 1943: л. 5.

дворовете, заградени с дъски, и според повечето интервюирани обикколката им била колкото на единично легло.<sup>11</sup>

Според едни респонденти разсадът се правел *след Тудуровден* или около 10 – 20 март, а други посочват април – на *Благовец* (12 април), за „да е благ пиперо и е по-топло вече времето“, както казва Цветана (1944 – 2020).<sup>12</sup> При *ръстенето*, т.е. посяването на разсада, пространството се разделяло на сектори с поставянето на предварително приготвени клечки или тънки летвички, за да се отделят разсадите на *селския пипер* – *сладък* или *лютив*, на *шипката*, *кози рога*, *прътените чушки* и на пипера от чуждите семена, придобити чрез размяна, а доматиите се посявали в периферията на *ястъците*. Няколко респонденти уточняват, че майките и бабите им сеели семето на доматиите в най-крайното пространство в тясната част на ястъка с ширина на лехичката около 50 см (Георги) или „*така по края на разсада, да не е между пипера, че доматиите по-бърже растат и душиат пипера*“ (Цветана) и хвърлят сянка върху него. Семената на доматиите също се разграничавали чрез летвички на *обикновени (едри)* и *ситни* домати и придобити чрез размяна. Тъй като разсадите на двата зеленчука са по-нежни и капризни, само те се сеели в *ястъците*, т.е. в специално отделено за тях пространство. Както се разбира, до колективизацията през 1958 г. в с. Мездрея, основният разсад бил пипер, тъй като по това време домати не се консумирали в такива големи количества, както това става по-късно.<sup>13</sup> Възможността *селският пипер* да бъде консервиран за дълго време чрез сушене, го правел много разпространен. Той бил и ценна стока на градския пазар. Поради тези причини, заедно с лука и картофите, бил отглеждан в най-голямо количество в сравнение с останалите зеленчуци.

Много рано през пролетта за посяването на семената на двата вида лук (кромид и *водняк*) се правела леха с размер 2 м дължина и 1 м ширина извън *ястъците*. Засетите семена на различните видове лук също се отделяли с летвички. Накрая лехата се *наръсвала* леко с вода, за да поникне по-бързо. Поливало се при необходимост.

<sup>11</sup> В предходните ми публикации обръщам специално внимание на обработката и подготовката на почвата, изграждането на напоителна система и поливането, на оформянето на *ястъците* и социалните аспекти в отглеждането на зеленчуци (Янчева 2018; Янчева 2021). Затова тук накратко ще повторя само някои по-важни детайли и ще разширя темата с информация за останалите зеленчуци и тяхното приложение, за да покажа общите тенденции и практики в зеленчукопроизводството в с. Мездрея.

<sup>12</sup> Всички интервюирани бяха убедени, че посочените от тях дати са най-авторитетни, и за мен остана необяснима разликата от почти месец между едната и другата дата.

<sup>13</sup> Когато говорят за разсад, респондентите всъщност имат предвид единствено пипера.

От семената на водния лук, за разлика от тези на кромида, по-никвал разсад, който по-късно през пролетта се засаждал в лехи в зеленчуковата градина. Въпреки че всички респонденти съобщават, че родителите им отглеждали воден лук, спомените им как е ставало това, са много малко и доста неясни, което се дължи на периферното му място в кулинарните практики на жителите на село Мездрей и гр. Берковица през изследвания период.

От семето на кромида и до днес се произвежда *арпаджик* – малки главички лук за семе<sup>14</sup>, т.е. за засаждане. До лятото, когато стъблата и листата започнат да увяхват и да се накланят (високи около 15 см), луковичките вече са се оформили (около 15 мм). След това те се изваждат внимателно с гребло или мотичка от земята, пресяват се със сито и се почистват от стъблата, за да остане само семето, т.е. *арпаджикът*/луковичките за засаждане.

Те се оставят да изсъхнат на слънце. След като изсъхнат и се сортират по големина, луковичките се прибират в платнени торби. Съхраняват се на сухо и проветриво място през зимата, за да не покарат от евентуална влага. Някои хора споменават, че някога торбите с *арпаджика* висели от гредите на тавана, за да не ги нападат мишките. Той се засажда на следващата пролет.

За мен представлява интерес амбивалентното осмисляне на лука в състоянието му на *арпаджик*, предназначен за засаждане. Докато расте в градината в действителност *арпаджикът* е растение: има коренчета, луковица и листа (*пера*). Когато го изваждат от земята, той е плод, защото след почистване на увехналите листа остава луковицата, която е важна за стопаните. От друга страна обаче, тя не е предназначена за консумиране както плода, а е за засаждане. *Арпаджикът* всъщност е разсад на кромида и от него през следващата пролет се произвеждат големите луковици за храна, както и зеленият лук. Затова стопаните го наричат *семе* и го осмислят като такова.

Разсад се засяват и от семената на *керкезкия лук*, праза, зелето, цвеклото, ряпата и чубрицата. Както и *арпаджикът*, те се сеели в леха на двора, извън *ястъците*, която също се оформяла и разграничавала с летвички или се сеели в сандъци на двора, ако разсадът бил в по-малки количества.

Засаждане и грижа за културите. Най-рано през април се садели картофите на дълги редове в отделна нива, защото не се нуждаели от много *поливка*, но някои семейства отделяли за удобство място близо до зеленчуковата градина, в зависимост от възможностите си и от личния имот.

<sup>14</sup> В с. Мездрей и околните берковски селища думата „семе“ се използва и като синоним на *арпаджик*.

Веднага след картофите в друга нива се засаждали царевицата (*кукуруза*)<sup>15</sup> и *боба*, след като земята била изорана и набраздена. Според спомените на респондентите до колективизацията в Мездрей се отглеждал само *боб връшиняр*, който растял, увивайки се на дълги колове — на *бобовици*, *бобовини*, *връшини*, *притки*. Най-често *боб връшиняр* сеели в царевицата, за да пестят място и за да могат да използват високите стъбла на царевицата вместо колове (*бобовици*). Зелен (*мек*) боб сеели в по-малки количества, колкото за храна през лятото. Според повечето интервюирани, царевицата и бобът посявали в една и съща копка. Но за разликата от царевицата, която се засявала на разстояние от 30–40 см, бобените зърна се сеели през 7 — 8 копки/стръка царевица. След като *се разхвърляло семето*, то *се заревало (обревало)* с мотика или *браня*, но не се поливало веднага. Цветана обаче описва друга технология. След като нивата била изоравана, земята се набраздявала така, че да се образува по-вдлъбнатата и ниска бразда, а до нея оставала *извърнатата земя*, която е с няколко пръста по-висока. В нейното семейство царевицата се сеела (*точни се*) ниско в браздата, а *боба се слага по-високо, как е извърнатата земята*. За да спестят време, не заривали с мотика, а *минава ралото и засипва*. При тази технология бобът не е бил засипван много дълбоко и така пониквал преди царевицата. След като и двете култури израснели, бобът си *пуска мустачки и се завива, качи по царевицата*.<sup>16</sup>

Някои семейства насаждали по няколко реда фасул, предимно *зелен боб на бобовици* до царевицата, а други започнали да го садят в зеленчуковата градина. Цветана казва: „*Боб, тоо къде на притки расте, ние му викаме връшиняр, на дървени връшини расте. И сме садили един, му викаме мек боб, за зелено, та си прават летно време постна супа. А като узрей за зимата, го ползваа за пълнене на чушки.*“ За този боб казват, че достигал до два метра височина. Затова често връзвали върховете на две съседни *бобовици с цел да се укрепват взаимно*.

До царевицата, между редовете (*из царевицата*) често засаждали тикви и *кратуни* или *чаши*. Понякога за тиквите заделяли отделно място, ако семейството гледало повече свине, но никога в градината, защото те не се нуждаят от поливане. И днес някои стопани продължават да садят тиквите от семките без разсад, директно *се бодат*.

В средата на май започвало засаждането на разсада на пипера, доматиите и *арпаджика* в зеленчуковите градини, като често се споменава 24 май за начална дата.<sup>17</sup>

<sup>15</sup> Повече за отглеждането на царевица в Северозападна България в края на XIX в. вж. Маринов 1901.

<sup>16</sup> Славей, род. 1936 г.

<sup>17</sup> В равнинните села на Берковска община, засаждането на градината ставало около Гергьовден (АЕИМ Василев 1946: 20). Повече за оформянето

Интервюираните подчертават, че първо се седи пиперът, а *последни се сѐдат доматиите* покрай лехите на пипера, за да се икономисва пространство и да му правят сянка, *та да не гори*. От доматиите засаждали по-малко количество, защото, с някои изключения, нямало възможност да бъдат трайно консервирани. Когато израствали, до стръковете забождали *кѐлци*, за да подпират натежалите от плод стѐбла. По бордюрите на лехите от стръкове разсад засаждали и т.нар. *син* или *керкезки лук*. Неговите луковици растат по няколко на гнездо и над прѐстта, а само коренчетата са в земята. Този лук не се вадел, а се късали само перата му за салата, затова и садели по-малко от него.

Все още са актуални старите практики за отглеждане на лука. В отделна леха се засажда *арпаджикът* от предходната година. Лехите са широки около 1 м и дълги според нуждите на стопаните и пространството на градината. Като се направи лехата, с прѐчката се очертават браздички на разстояние 15 – 20 см една от друга. Главичките *арпаджик* се поставят също на 15 – 20 см една от друга, *бучват се на плитко* и се *зариват* с прѐстта от браздичката. По подобен начин се засажда и разсадът на водния лук. *Кромидът* не се полива веднага, а ако се наложи, се полива веднѐж или два пъти през лятото, защото *от много вода брадясват главите*. За разлика от него *воднякът* има нужда от по-често поливане докато расте.

Според респондентите, след като се извадят през есента, луковиците на кромида се сортират по големина. Най-дребните, с размер около 2 – 3 см се наричат *балучка*. Днес малко стопани продължават практиката да почистват тези луковици и да ги насаждат още през есента. Те престояват в земята през зимата и през пролетта от тях *пониква зеленият или пресен лук*. От *балучката* изкарват по 2 до 4 стѐбла, които се *скубят за салата* или за готвене.

Чесънът (*бел лук*) се седи от външните скилидки на главата, като се разпознават два вида – пролетен и есенен. Той също може да се консумира зелен рано през пролетта.

В миналото, когато трите вида лук (кромид, чесън и воден) се засаждали в една обща леха, те също се отделяли с летвички. През лятото стопанките избирали няколко луковици *кромид* и *водняк* с по-едри листа, не ги оскубвали, а ги оставяли за семе.

*Празият лук* се засажда от стръкове разсад, като *водняка*, доматиите и пипера. Цветана обяснява как разсадът на празя се изваждал и се подготвял за садене: „*И прازیо лук така се сее на земята. И като стане голем, вади се из земята, режат му се брадичките не много близо до стѐбълцето, пререзват се отгоре листята и се сѐди на нивата на леха. Ама там лехите, колко стаата големи и се полива от реката*“. Лехите се оформяли

на градините, за извозването на разсада, за грижата за растенията и за поливането виж в Янчева 2018 и Янчева 2021.

с пръчка, както при другия лук. В земята се пробождали дупки, но при праза те били на разстояние 20 — 30 см, защото стъблата израстват по-високи. Накрая около стръкчето се добавяла още малко пръст, която леко се притискала, за да го държи. Празът също като *водняка* изисква често поливане.

Когато разсадите на зелето, ряпата и цвеклото поникнели на около 10 — 15 см и започнели да оформя 3 — 4 листа, се изваждали и се засаждали в зеленчуковата градина. След това веднага се поливали с кратуна. Характерно за тези зеленчуци е, че те заемали периферията на градината. Много честа практика била позиционирането им по края на лехите на пипера. Това означава, че стопаните дори не са оформяли отделни лехи за тях. По-рядко са били засаждани в края на градината, в отделни лехи или в една обща, но разделена на сектори в зависимост от нуждите и предпочитанията на стопаните.

Някои семейства, които използвали по-голямо количество цвекло за храна на животните, оформяли отделни лехи за него (около 200 — 300 кв.м). За разлика от картофите, които също се произвеждали в големи количества, цвеклото било разположено в градината, макар и в периферията, защото има нужда от периодична поливка. Разсадът му се засаждал на разстояние 30 — 40 см стрък от стрък.

Зелето може да се засади и по-късно, и това често ставало на мястото на рано прибрани зеленчуци. Отделяли му място в края на градината, като разстоянието между копките е около 50 — 60 см. Отстрани в самия край на градината садели до два-три реда захарна тръстика, метла и др.

Краставиците *корнишонки* и морковите не се сеели на разсад, а директно в градината. За краставиците се отделял един ред, но се оставяли да растат по земята, без да се подпират стръковете с колчета и мрежа, както започват да правят в по-ново време.

За морковите се приготвяла повдигната леха (*като мравуняк*, казва Георги) на 30 см над земята, която се подравнявала отгоре. По дължината на лехата с пръчка се оформяли две браздички на разстояние 10 см една от друга. Семето се посявало по-нагъсто във всяка браздичка и се засипвало със земя премесена с прегорела тор. Когато стръковете поникнели, те се *прореждали*, т.е. по-малките се оскубвали и изхвърляли.

И днес покрай лехите се засяват и засаждат подправките, а Маргарита (род. 1952 г.) казва, че майка ѝ поддържала за подправките лехичка с размери около 1 кв. м. Магданозът (*мерудия*) се посява всяка година директно в градината. Копърът се оставя да *върже цвят* и сам се разсява без допълнителна грижа. Чубрицата се засажда всяка година от разсад на лехички. Джодженът е многогодишно растение и се сади само веднъж в някой ъгъл на градината — *„като си фане корень*,



*он си седи*“ — казва Цветана. Босилекът също бил засаждан там, но в миналото се използвал само за ритуални цели, не за подправка.<sup>18</sup>

Мargarита свидетелства, че между лехите стопаните засявали медоносни цветя, например *звезданки*, за да привличат пчелите и така да опрашват пипера, доматиите и останалите зеленчуци.

Грижата за растенията, понякога разположени на два или три различни терена, организираща труда на стопаните, който бил разпределен по полов и възрастов признак, като в отделните етапи се включвали всички членове на домакинството. Мъжете отговаряли за най-тежките дейности, свързани с обработката на земята и извозването. Жените се грижили за фините процедури по отглеждането на растенията. Напоиването на растенията в градината е изисквало поддържането на добър социален климат, отношения на доверие, подкрепа и взаимопомощ сред стопаните, защото всички заедно изграждали напоителната система (Янчева 2018, Янчева 2021).

### *Зеленчуците като плод*

**Бране и съхранение на зеленчуците.** Най-рано през април-май се берял *зеленият* или *пресният лук*, който пониквал от миналогодишни дребни и неупотребени през зимата луковици на кромидата, наречени *балучка*. Консумирал се и пресен лук от *арпаджик* и зелен чесън, докато израствали още младите и зелени листа и преди да се оформят главите.

Следващият ранен зеленчук бил *зеленият боб*, който се берял още през юни. Той се отглеждал предимно за храна през лятото. Тъй като не могли да го съхраняват пресен, жените го берели, когато трябвало да го готвят. За да бъде подходящ за готвене, шушулката трябвало да е мека, да няма лико по нея, да е нежна, да няма бобчетата (Георги).

Имало обаче вид *шарен боб*, който можел да се яде за зелено и за зрело. Когато не успеят да го приберат навреме, стопаните го оставяли да узрей, да *прати отвътре зърна*. Когато го съберат, *го чопкат с ръце...*, защото не моо с дървото, като го биеш, да се изпука, защо шушулката му е по-корава. Цветана казва за този боб: „И много убав ставаше да си свариш за гъстък. Така у тиганъ го готвеа наще. [...] И за зимата за пълнение на чушки“.

*Зрелият боб* се берял в началото на август. Той узрявал на няколко етапа — отдолу нагоре по стъблото. Първите зърна, които узрявали най-ниско на стъблото, се оставяли за семе, докато наедреят. *Зрелият боб* се прибирал, когато шушулките му пожълтели, а зърната стан-

<sup>18</sup> Повече за босилека, включително в с. Мездрея и в гр. Берковица, вж. в презентацията „Босилекът: Между обредността и кухнята“ на Петър Петров <https://www.youtube.com/watch?v=UvVv--A869TQ>

ли едри и твърди. След като го обирали, стопаните го слагали да съхне върху черги на слънце за два-три дни. Когато шушулките изсъхнели и станели ронливи, жените започвали да ги *бухат*, удряли ги с пръчка, докато зърната се отделяли и изпадали на дъното на чергата. Шушулките се отстранявали, но в зърната оставали ситни парченца от тях. Затова бобът *се веел*, като го слагали в някакъв съд и бавно го изсипвали върху друга черга. Вятърът отвявал остатъците от шушулките настрана, а зърната падали върху чергата.

Всяка *бран* се съхранявала в отделни съдове, докато изсъхнела и всички зърна придобиели еднаква степен на сухота. Маргарита съобщава, че бобът се готвел по реда на бране, докато Георги казва, че в неговото семейство се събирали зърната от един и същи вид боб в общ съд. След като зърната за семе се отделели, бобът се съхранявал по вид (*бел боб* и *шарен боб*) в чували или сандъци на сухо, проветриво място.

Тъй като пиперът се отглеждал в големи количества, обикновено го събирали с *кълата*, т.е. с волска кола. И в миналото, и днес чушките се берат, като станат червени, а когато дойде есента, последните чушки се обират още зелени. Веднага се нанизват (*нижат*) на конопени *врѳви*, които се закачват на проветриво място.

Лукът — *кромид*, *водняк*, *чесън* — се изважда през есента, когато стъблата му започнат да се накланят към земята и да се прекършват. Изсъхналите му *пера* се сплитат с конопена връв на *вѳнци*. Цветана разказва: „*Що и чесъна го плетат на вѳнци, така се и скубе. Па сега режем брадите да а убав, а тогава не са имали време. Само го извадат и стеблата му са дълги и са здрави, и си се плете и накрая се завърже венчето. Другия лук и него сме го плели, ако не е маньосан. Ако е маньосан, не моо, режем го. Сега има сезал, а тогава ... имало е коноп, кълчищни врѳви.*“

Георги казва, че празът се изваждал късно през есента, като се изравял от земята. Пренасяли го в двора и го нареждали наклонен, подпрян на стена, за да не стоят стъблата право нагоре, а да са полегнали на 1 педя наклон. Луковиците на праса се засипвали със земя, а стъблата се покривали с папрат. Днес прибраният праз и моркови се съхраняват в сандъчета, засипани с пясък, и по-рядко с пръст.

Есента, когато времето ставало студено в края на септември или началото на октомври<sup>19</sup>, цялата градина се обирала и *изскубвала*. Но голяма част от доматиите не успявали да узреят.

Както споменах вече, до колективизацията доматиите се отглеждали в много малки количества, защото, с някои изключения, нямало възможност да бъдат трайно консервирани. Освен това заради рано настъпващата зима, много често доматиите не успявали да узреят до-

<sup>19</sup> Всички интервюирани обръщат внимание, че през 40-те и 50-те години в този край зимата идвала още в началото на октомври с ниски температури и сняг.

бре. Затова някои по-възрастни хора, като Георги Ф. (1934 – 2020 г.) от Мездрей, си спомнят, че до края на 50-те години на ХХ в. не са консумирали домати зрели и червени. Други хора разказаха, че в семействата им след обираването на градината, едрите и *руйни* домати, които започнали да почервеняват, били подреждани върху дъски навън, на слънчево място, за да дозряват. Както разсадът през пролетта (Янчева 2021), те били покривани през нощта с черги или внасяни в мазето при много студено време, а през слънчевите дни били отвивани. Докато зреят, домите продължавали да се консумират за салата или готвене чак до края на ноември, а понякога и до Коледа. По-долу ще представя и други начини за консумиране на домите, но в консервирано състояние.

Докато зреели зелето, цвеклото и морковите, стопанките кършели периодично най-долните и едри листа, за да ги дават за храна на животните заедно с изплевената трева. Цвеклото и рясата съхранявали както морковите и праса, засипани с пясък и пръст. Зелето е един от най-издръжливите зеленчуци. То се обирало най-късно през есента, дори когато вече имало сняг.

Когато се режат джодженът и чубрицата, *„отреже се и се изкити на китчици, връже се със конец и се закачва да съхне на високо и проветриво“* (Цветана). Стърканият джоджен, червеният пипер и останалите стрити подправки се съхранявали в купени от пазара струговани дървени съдове с дървена *полупка*, с формата на говече, а преди това – в хартиени пликкове.

Стопаните консумирали пресни картофи през цялото лято, като изваждали непосредствено преди готвене необходимото за момента количество. Окончателно наедрелите и напълно узрели картофи били прибирани в края на лятото и се съхранявали в мазето – на тъмно и проветриво място, като често заемали половината от едното помещение. Те се сортирали по големина, като *най-напред отбират картофите за семе* – с размер на по-малко яйце. Едрите се отделяли за готвене, а най-дребните се сварявали за храна на прасетата. В някои семейства мъжете сковавали щайги и сандъци, за да съхранят *семето* през зимата. И днес стопаните се грижат периодично да почистват всички картофи от *клиците* им.

Консервиране. През 40-те и 50-те години на ХХ век, преди масовото навлизане на индустриални стоки в домакинствата, стопаните от Берковския край практикували само няколко начина за консервиране на храната.

Най-масово разпространеният и сигурен начин за консервиране бил чрез ферментация. За разлика от периода на социализма, преди колективизацията в домакинствата все още не били навлезли стъкле-

ните буркани и стопаните използвали глинени делви и дървени каци, за да съхраняват ферментиралите зеленчуците.

Във всяка къща било задължително да се приготвя *кисело зеле*<sup>20</sup>, което се правело от мъжете в каци със сол и вода. Георги уточнява, че някои домакини добавяли чушки и зелени домати в кацата с *киселото зеле*, но не и майка му. Средната вместимост на каците за зелето била *около стотина кила* (литра) и побирала около 50 кг зеле, за което са необходими около 2 кг сол. Всяка каца била снабдена с *канелка* или *чеп* като буретата, от които се източвала водата за *претакването*. Най-отгоре зелето се затискало с дървена *кръстачка* и измит речен камък, за да не се надига. Всеки ден стопанинът *претаквал* зелето — източвал през канелката сока на зелето и го изсипвал отгоре през отвора, за да се постигне обръщане на течността, докато зелето *вкисне* и саламурата се избистри.

Късно през есента стопанките правели *сурова туршия* в делви, като по този начин оползотворявали зелените домати, заедно с нарязани чушки, моркови и дори листа зеле, залети с оцет и сол. Пиперът *кози рог* бил отглеждан предимно за консервиране чрез ферментиране като съставка на *суровата туршия* или самостоятелно.

Стопанките правели и парена туршия, при която зеленчуците — чушки, зеле, моркови се запарвали в гореща вода. „И у гърнето се реди — ред чушки, ред зеле, ред моркови. И цели клонки мерудия... И отгоре слагат от лозата една пръчка, навита на обръч, та да не се дига, като се залее с маринатата. Олио, оцет и сол, като кипне, да не е много солта... Завива се. [...] И държи се на студено, зад къщата, къде е северно местото. Парена туршия. И като отвориши, и хрупкава! Нема да а прокиснала, нема нищо.“ (Цветана).

Чрез ферментиране в делви се приготвяли и *кисели краставички*, залети със сол, вода и подправени с копър и кервиз. Те също се *претаквали* всеки ден, докато ферментират, като краставичките се изваждали, за да се преобърне сокът в делвата. Туршиите ферментирали в делви, съхранявани в избата или мазето.

Освен ферментиралите зелени домати в *суровата туршия*, в миналото бил познат и друг начин за консервиране. Някои отделни информатори съобщават, че преди колективизацията в семействата им консервирали в делви и дамаджани зрели домати със сол, олио и салицил, т.нар. *пресечени домати*, които се използвали за готвене. Тази практика била позната в с. Мездрей, но не е била масова, доколкото част от информаторите съобщават, че са чували за нея, но не била обичайна за техните семейства. Цветана разказва: „Доматите ги съхраняваха в делви. Ред домати, ред листа от лоза. И се заливат със солена вода. Червени пресни домати. [...] И вадат домато и от него готват“. Тя обаче

<sup>20</sup> Вж. още Маринов 1901.

уточнява, че този начин на съхраняване не бил много надежден и в някои случаи доматиите прокисвали.

Заради подходящия климат и надморска височина, в с. Мездря и останалите селища от Берковска община било добре познато сушенето на зеленчуци и плодове като начин за дълготрайна консервация.

Зеленчукът, който най-масово и повсеместно се консервирал чрез сушене, бил *селският пипер*. Както по-горе отбелязах, жените го нанизвали на конопени *врѐви* веднага, след като го приберели и докарали въщи. При низането на пипера и до днес се разграничават няколко категории чушки. Най-правите и месестите са подходящи за *пълнене*. Като най-желани, от тях се събира и семето за сеене. По-кривите и с неправилна форма също се сушат на връв, но от тях не се събира семе, те са за *готвене*. Най-кривите чушки, *по-чондрави*, са за *кълцане на червен пипер* за подправка. След като изсъхнат, те се изпичат в тави на по-слаб огън и след това се *кълцат с кълчник* в специално предназначено дървено струговано хаванче. Зелените чушки също се сортират, нанизват се и се оставят да дозряват. Всички чушки, включително *шипката*, се оставят да се сушат на сенчесто и проветриво място — под стряхата на къщата, на *софáта*, а днес на *балкона*. В миналото през зимата те били премествани на тавана, където висели на пирони от гредите, а днес се оставят в сухи помещения.

Отделни хора от с. Мездря обаче съобщават, че в техните семейства било познато сушенето на *зелен боб*, като вид консервиране за зимата. Вероятно сушенето се прилагало, когато реколтата била обилна и не успявали да го изядат през лятото. Но съществува и обратната хипотеза: възможността да го консервират чрез сушене, вероятно давала свободата на стопаните да го отглеждат в по-голямо количество. В Берковица и особено в съседното село Беговица, намиращо се в подножието на планината, днес квартал на града, сушенето на *зелен боб* обаче било масово разпространена практика. Димитър Маринов също споменава, че сушенето на *зелен боб* било познато в Северозападна България (Маринов 1901: 162 — 162).

В с. Мездря и някои берковски селища практикували и сушене на домати. Част от интервюираните съобщават, че семействата им отглеждали *ситни* домати, които като узрели, сушили върху дъска, а после съхранявали в хартиени пликове на *полицата*.

Освен споменатите зеленчуци, стопаните консервирали чрез сушене ябълки, дюли, круши и сливи за ошав през зимата, които също нанизвали на конопени върви и закачали на пирони по гредите на тавана. Сушили още билки и горски плодове като шипки, дренки и глогинки за чай, гъби, коприва и подправки, които съхранявали в хартиени пликове.

**Категоризиране.** Категоризирането на семето, растенията и плодовете на зеленчуците според техния размер, качество и предназначение до днес е важна част от процеса на селектирането и отглеждането им. Както вече споменах, избират се най-едрите, най-месестите и добре узрели зеленчуци (в тяхното състояние на плод), и от тях се подбират семена за посяване. При наличие на по-големи количества семена, стопаните избират и посяват също най-едрите от тях, след като предварително са отделили кулите чрез потапянето им във вода. По този начин стопаните осъществяват селекция и контрол върху големината, плътността и вкуса на зеленчуците.

За да си осигурят здрави, силни и издръжливи растения, стопаните подбират и категоризират разсадите според техните качества. В миналото при наличие на повече земя и по-големи количества разсад, те често засаждали най-качествените и силни растения в зеленчуковата градина, чието пространство било специално подбрано с по-качествена почва и възможност за поливане. Същевременно те не изхвърляли и разсада с по-компромисни качества, а го засаждали, където имало място, като разчитали на случайността. Целта е била да се оползотворят всички растения, дори и да нямало възможност за поливане, земята да не е била подходяща, а стопаните да не могли да отделят време и усилия за редовното им обгрижване, както за растенията в градината.

Плодовете на зеленчуци като картофите, лука и пипера били категоризирани според предназначението и функцията им. Картофите се разделяли според размера им съответно за посев (с диаметър около 4 – 5 см), за храна на хората (най-едрите) и за храна на животните (най-дребните). Главите на кромида се разделяли също според размера, като едрите се сплитали на венци за готвене, а дребните се отделяли за *балучка*, т.е. за посяване през пролетта за *зелен лук*. По същия начин се отделяли бобени зърна за *семе* (най-едрите) и за готвене. Но преди това те се разграничавали и според реда на *бранта*. Чушките на пипера пък се категоризирали по големина и форма: правите — за пълнене, кривите — за готвене и разваряване, най-кривите и *най-чондравите* — се стривали за подправка.

**Място за съхраняване на продукцията.** Основните места за съхраняване на плодовете и зеленчуците били мазето и тавана, и в редки случаи — дворът на къщата. Мазето се изкопавало дълбоко в земята и се изграждало с дебели каменни стени, за да поддържа постоянни ниски температури през лятото, да не замръзва през зимата и да не допуска влага и светлина. То включвало едно, две и повече помещения. Едно от тях приютявало буретата с различни видове ракии и вина. В друго се съхранявали каците със зелето, делвите с туршиите, делвите

с маста и *спържата*, както и тиквите, цвеклото и картофите. В по-големите къщи, за зеленчуците било предвидено отделно помещение в мазето. За да са по-близо до помещението, в което се готви, в мазето се донасяло и по малко от съхраняваната на тавана продукция.

Таванът е мястото, което е описвано като *сухо и проветриво място*. Там се съхранявали предимно сушените продукти – вървите със сушен пипер и сушен *зелен боб*, плитките с лук, чесън, всички плодове, включително нанизаните за *ошав*. От пирони, заковани по гредите на тавана, висели конопени торбички с *арпаджик*, бобените семена за посев, китките и платнени торби с билки и подправки, сушените колбаси и др. На тавана съхранявали и торбите със зрял боб.

Навън на двора, до стена, на сухо и проветриво място, докато времето не е силно застудяло, се съхранявали празът и морковите, покрити с тръстика и засипани с пръст или пясък. На усойно, сенчесто, но сухо място, се закопавала и делвата със *спържата* от свинско месо и мас. Един респондент от Берковица (р. 1971 г.) съобщава, че въпреки наличието на мазе и хладилник до края на 80-те години на XX век семейството му съхранявало стъклените буркани с консервирано свинско месо в най-усойното място на двора, където снегът се застоява до пролетта.

#### Приготвяни храни и зимнина от плодовете и зеленчуците.

През пролетта и лятото част от зеленчуците се консумирали пресни на салата или нарязани като основно ястие. В миналото повсеместно разпространена била практиката да се яде хляб с лук (пресен или стар) и (шарена) сол особено, когато стопаните работели на полето. Георги казва: „*Гла̀ва лук, сиренце и айде*“. *Фръцалото* се приготвяло по време на жътва и коситба, в най-горещите дни през годината. Това е чорба от оцет и чесън или лук, сол, копър, вода и краставица. То е по-старият, по-разпространеният и по-бюджетният вариант на таратора, който също бил познат и се приготвял от краставици, копър, сол и кисело мляко. Споменава се салата от червени, изпечени и нарязани, но небелени чушки, пресен лук през пролетта, а после *водняк*, домати, краставици *корнишонки*.

Най-разпространените летни *манджи* със зеленчуци били постна чорба или яхния от зелен или зрял боб, от картофи; *пръжено* с яйца и лук, зелени или червени чушки, домати, често в добавка към гъсто сварен качамак. *Спържата* от свинско месо и мас се пазела в делви, вкопани в земята, за летните дни, когато работата на полето била усилна. Тя се консумирала директно или се добавяла към *пърженото*.

До днес характерни летни ястия са *лютениците* от домати и печени червени чушки. Жителите на с. Мездрея разпознават няколко вида *лютеници*. В единия вариант домати се изваряват леко или, ако

са достатъчно зрели, се намачкват сурови без обелките и им се добавя мазнина и нарязан на филии пресен лук или *водняк*, консумира се като лятна супа. Във втория вариант домати се изваряват докато се сгъстят, накрая им се добавят чесън, мазнина и магданоз. В голяма глинена паница се нареждат печени или опърлени чушки, без да им се махат дръжките и семките и се заливат с изварените и сгъстени домати. Друга лютеница се прави от печени червени чушки, или от *шипки*. Те се опърлят без да се белят и се накисват в марината от оцет, олио и чесън.

През есента и зимата все още едно от най-популярните ястия е пълнени сушени и разварени чушки, но в миналото най-често са били постни. Те се измиват от праха, *бушат се*, като внимателно се отстраняват дръжките и семената, след това се *разваряват* в гореща вода, за да омекнат и станат готови за пълнене. Плънката може да бъде само с ориз, с праз и ориз, или с *шарен боб* и кромид, като последните два варианта и до днес присъстват на трапезата на Бъдни вечер. Тези чушки се пекат в тава с малко мазнина и вода на дъното. Някога в мазни дни се приготвяли с ориз и запържено кълцано месо, което днес е заменено с кайма.

В с. Мездрея разварените сушени чушки (по-кривите) присъстват задължително във всяка *манджа* като основна съставка или като подправка. Много от информаторите заявяват, че жените слагали дори и само една цяла чушка да ври в манджата, за да ѝ придаде вкус. Приготвяла се и яхния от ориз, запържен лук и разварени, нарязани чушки. За нея Маргарита казва: „*Ние много готвехме у насъ село чушки разварени, червени. Баба режеше по две глави лук и... ориз сваря и у един такъв голем тиган с изкръвена дръжка се опържваше такива разварени чушки с ориз и след това нарязваше и праз лук. Топиш, та се прекинваш, толко сладко беше*“.

През зимата разварените (криви) чушки присъствали и в *пърженото* с *пръжки* или *прокрекло*, или се консумирали с качамак, запържени с яйца и лук. *Задушено с лук* се смята за типично мездренско ястие. То се приготвя от парчета свинско месо, задушено на бавен огън, с няколко глави нарязан стар кромид, разварени сухи чушки, гъби, ако са налични и сол. Георги припомня, че в миналото друго популярно ястие е било запържването на ферментиралите зеленчуци от *суровата туршия* с месо или други месни продукти.

Както показвам по-горе, спомените за употребата на домати обаче са разнородни и отразяват различна култура в консервирането и консумирането им сред жителите на с. Мездрея и околните селища. Това показва, че домати не са били съществена част от диетата на тогавашните стопани, за разлика от настоящето.

Ястията от *кисело зеле* също били много популярни през зимата — яхнии от *кисело зеле* със свинско, с *пръжки*, с *кокали*, сарми с праз и ориз, с ориз и кълцано месо, и дори с боб. Познат бил и *зелникът* — баница



с печени кори и плънка от кисело зеле, запържено с червен пипер. В моето семейство това е постна баница, която задължително присъства на трапезата на Бъдни вечер и до сега.

От праза също се приготвяла плънка за баница, вече споменах за пълнени чушки и сарми. В с. Мездрея праз задължително се оставял за плънката на агнето на Гергьовден. Маргарита заявява: „Праз задължително требваше да има и да остане за Гергьовден. У наше село агнето се пълнеше само с праз и с червен лук. Значи, дроболината е великолепна“. От праз, в комбинация отново с разварени чушки и ориз, се приготвяла и яхния, той се добавял и в яхнията с картофи.

На Бъдни вечер задължително присъствала и чорба само от оцет, вода и ситно нарязан чесън. Тя имала ритуално приложение. Първо, тя имала апотропейна функция и от нея трябвало да опитат всички присъстващи на трапезата, за да обезпечат здравето си през следващата година. Тази чорба и до днес присъства на бъдни вечерната трапеза на моето семейство. Приготвя се в една единствена калена паница, която се предава от ръка на ръка от присъстващите, след като се разчупи питката с късметите. Всеки опитва със собствената лъжица и/или подправя постната бобена чорба и предава паницата на седящия до него. След това започва храненето. По този начин тази чорба/подправка, която днес погрешно също наричат *фръцало*, представлява началното блюдо на празничната трапеза.

Зеленият боб се консумирал предимно на постни чорби и яхнии през лятото. Но семействата, които го консервирали чрез сушене, през зимата го разварявали в гореща вода и от него приготвяли яхнии. Зрелият боб, освен като плънка за сушени чушки, се приготвял на *постна чорба* с лук, или на яхния постен, с *пръжки*, *прокрекло* или *спържа*. Както в миналото, така и днес редовно се практикува тристепенно приготвяне на боба. Сварява се повече боб. На първия ден от него се приготвя *постна чорба* без мазнини, с лук и малко домати и задължително подправена с разварени сушени чушки и джоджен. На следващия ден или хранене бобът се запързва с мазнина и се сгъстява с брашно на яхния. При следващото хранене той отново се запързва като се добавя и месо. Някога картофите също се готвели на яхния, а през лятото — печени на жар. Например, моята баба Ана от с. Мездрея (1922 — 1995) често приготвяше гювеч с яхния от месо, картофи, зелен боб, моркови и лук за неделните ни обеда.

Тиквата служела за храна на животните и на хората. От нея се приготвяло сладко с гасена вар, *рачъл*. През зимата тиквата се запичала във фурната, изчистена от семките, нарязана на парчета и без да ѝ се добавя захар или мед, както днес се прави. По същия начин се запичали и други плодове като ябълки и дюли. От варена, смачкана тиква, малко орехи и печени кори за баница се приготвял *тиквеник* — пост-

на сладка баница (с късмети) за Бъдни вечер. Ошавът присъствал във всекидневната кухня, не само на Бъдни вечер както сега: „И се правеше ошав, тва беше компото да се яде. Вáри се, сложи се захар и се куса с лебец и така“ (Цветана). Ряпата консумирали на салата, рендосана и овкусена с олио, сол и оцет.

**Събирачество.** В местната кухня присъствали и много диворастящи пролетни храни като зелените листа на *киселеца* (*киселек*), лапада (*щавляк*)<sup>21</sup>, щир, див чесън (*черёнбуш*), от които също се приготвяли плътнки за баници<sup>22</sup>, яхнии с ориз, чорби и *комбус* — вид пържено със зелените листа, лук, разварени червени чушки и понякога добавяли яйца. Рано през пролетта се събирала млада коприва, която се приготвяла прясна или се изсушавала за зимата. И в двата случая от нея се готвела яхния с ориз, *постна чорба*, която можело да се застрои с яйца и др. Гъбите се приготвяли сварени на чорба, на каша или печени. Със събирачество най-често се занимавали децата и възрастните жени и мъже. През есента събирали орехи и кестени. За чай събирали шипки, дренки, които се използвали при разстройство, глогинки, липов цвят, бъз, мащерка (*бабина душица*), бял равнец, жълт кантарион и др. билки. През лятото в Балкана или близките гори събирали диви малини и боровинки.

Повечето посочени кулинарни практики, свързани със събирачеството, продължават да са популярни сред по-възрастното поколение, но и сред по-млади хора, които имат чест досег с дивата природа. През социализма някои пенсионери събират билки, диви плодове и гъби и ги предават срещу минимално възнаграждение на изкупвателните пунктове към кооперации (като Селкоопите и Районните кооперативни съюзи), търговски обвързани с предприятие Билкокооп към Централния кооперативен съюз.

### *Как се променя вкусът на зеленчуците след колективизацията?*

След колективизацията в края на 50-те години в Берковска община и под въздействие на социалистическата модернизация настъпват

<sup>21</sup> Цветана различава два вида *щавляк* — див, който горчи и питомен, като и двата вида били събирани в ливадите.

<sup>22</sup> В други краища като Кюстендилско и 13 селища от Хасковска област, тези баници се наричат *зелник* (Иванова, Босева, Ганева-Райчева, Димитрова 2021), а също и по сведение на Димитър Маринов (Маринов 1901) за Северозападна България. До този момент обаче не съм срещнала употребата на това понятие в Берковския край за обозначаване на баници с диворастящи зелени листа, а само за баницата с кисело зеле, която обаче също не е широко позната на респондентите.

някои значими промени в отглеждането на зеленчуци<sup>23</sup> и тяхната консумация.

Най-малко такива обаче се наблюдават при отглеждането и селектирането на *селския пипер*. Замислих се каква е причината той да не бъде изместен от по-новите и популярни сортове пипер, както се случва с доматиите. Селекцията на *селския пипер* и досега е свързана с ежегодния подбор, който стопаните извършват. През социализма той обаче остава извън производствените интереси на местните кооперативни стопанства, а по-късно — на АПК. Могат да се допуснат различни причини за това: ниска пазарна цена и/или висока себестойност; възприемане на сорта като локален продукт, който не би се приел добре на националния пазар; бил е неподходящ за интензивно отглеждане; не е притежавал подходящи качества за промишлено консервиране. Това са само предположения, но в резултат на пренебрегването на *селския пипер* от индустриалното производство, в селектирането на този вид пипер не се намесват външни за местната общност актьори като аграрни специалисти, лабораторни изследователи или селскостопански предприемачи. В търговската мрежа започват да се разпространяват семена за домашно производство, но, както заявяват респондентите, за разлика от други сортове пипер, домати и др. зеленчуци, стопаните предпочитат и до днес домашно селектираните семена на *селския пипер*, собствени или получени при неформални трансакции. Следователно това е популация, която се е развила чрез практики на управление в домашното стопанство, в рамките на селищната/локалната общност и която се е адаптирала към местните природни условия.

За разлика от *селския пипер*, който не търпи съществени промени през десетилетията, вкусът към доматиите драстично се променя поради няколко причини. На първо място местното Обединено ТКЗС, а после и АПК развиват целенасочено зеленчукопроизводство. Този сектор става източник на доходи в района. Например, в с. Мездрей в края на 70-те години се създава зеленчукова оранжерия, която целогодишно произвежда домати и краставици за вътрешния и външния пазар. Освен нея в Мездрей имало и зеленчукова градина, в която отглеждали зеленчуци като лук, зеле, моркови и др. за задоволяване на местния пазар, но без домати, краставици и пипер. Стопанството на с. Боровци също било специализирано в зеленчукопроизводство и доматиите заемали съществена част от производството на кооперативната градина. Една агрономка си припомня, че в цялото берковско АПК единствено в опитната кооперативна зеленчукова градина на с.

<sup>23</sup> Детайлна информация за настъпилите нововъведения и промени в грижата за растенията, организацията на труда, композицията и поместването на градините след колективизацията вж. Янчева 2018 и Янчева 2021.

Замфирово се е отглеждал пипер и то в ограничени количества, защото не бил предназначен за пазара.

В началото на изследването допусках, че старите сортове домати са заменени с нови именно под влияние на кооперативното зеленчукопроизводство. Но тази хипотеза се оказа наполовина вярна и наполовина грешна. Предположението, че кооператорите са заемали от кооператива семена, беше отхвърлено както от самите стопани, бивши кооперативни работници, така и от агрономи и представители на администрацията. Всички твърдяха, че това не е било възможно, защото семената били селектирани в селскостопанските институти в Костинброд, Пловдив и Садово, в съответствие с местните природни и географски условия и се водели на строга отчетност в кооперативите. Действително, жените, които работели в кооперативната оранжерия в Мездря, успявали да изнасят по малко продукция въпреки строгия контрол, но тя била предвидена за директна консумация, а не за събиране на семе.

Все пак кооперативната продукция показва на стопаните възможностите и качествата на новите сортове домати и краставици. Затова старите сортове със слаба производителност постепенно са изоставени и от 1957 г. стопаните започват да се снабдяват масово с разпространяваните в търговската мрежа семена от Стопанско обединение „Сортови семена и посадъчен материал“<sup>24</sup>, които се отличавали с по-висока производителност. При доматите стават популярни сортове като „идеал“, „розов домат“, впоследствие „биволско сърце“, „консерва“ и др. Домакините започват да разграничават отделни сортове, подходящи за прясна консумация, а други – за консервиране. Започват да се предпочитат домати с плътна и месеста консистенция, с открояваща се сладост и не много воднисти.

През 80-те години под влияние на новата система за частно производство на селскостопанска продукция *на семеен акорд*, предназначена за националния пазар, в Берковския край започват да се отглеждат в домашни условия и краставици „Гергана“. Те постепенно изместват

<sup>24</sup> Управление „Сортови семена“ е основано през 1957 г. и както пише Петър Петров, то „осъществява централизирана търговия със семена и разсади“ (Петров, Ганева-Райчева, Димитрова, Иванова, Босева, Янчева 2018: 326). През 1971 г. наименованието му е разширено на „Сортови семена и посадъчен материал“, а през годините многократно е променяна структурата и организационната му форма. Стопанското обединение, т.е. последната му форма на съществуване, е окончателно закрито чрез Постановление № 110 на МС от 14 ноември 1990 г. за децентрализация и демонополизация на изкупвателната, преработвателната и обслужващата дейност в селското стопанство, хранителната промишленост и търговията – Обн. ДВ. бр. 93 от 20 ноември 1990 г.

от салатите *корнишонките*, които вече се консумират в по-малки количества, предимно във ферментирало състояние като *кисели краставички*.

Влиянието на „Сортови семена и посадъчен материал“ обаче не се изчерпвало само с разпространяването на нови и съвременни сортове зеленчуци в домашните градини. Петър Петров основателно обръща внимание, че стопаните постепенно започнали да селектират в домашни условия семената на харесаните от тях сортове зеленчуци, добити от семена на държавното предприятие. Той допуска, че по този начин са „одомашнени или „приватизирани“ и сортове..., които днес биват смятани за наследство от бабите“ (Петров, Ганева-Райчева, Димитрова, Иванова, Босева, Янчева 2018: 326).

От друга страна, кооператорките, които работели в стопанските градини и оранжерии, споделят, че са усвоили някои стопански практики в отглеждането на зеленчуците, особено на краставиците и доматиите и постепенно започнали да ги прилагат в своите домашни стопанства.

През 60-те години навлезли на пазара големите стъклени буркани, в които стопаните започнали да приготвят туршиите. По-късно, в края на 70-те и началото на 80-те години станали популярни т.нар. *буркани за компот* с вместимост 0,800 л, както и други по-малки, в които домакините започнали да приготвят туршии, консервирани домати, лютеници, компоти, сладка и др. Възможността за трайно консервиране на доматиите позволило на стопаните да увеличат драстично отглежданото количество в домашните си градини. В зависимост от индивидуалните или семейни предпочитания, количеството домати постепенно се изравнило с това на пипера, а дори в някои домакинства вече го надхвърляло. Сортът „Консерва“ станал особено популярен заради плътната си и месеста консистенция. Доматиите започнали да се приготвят като *домати консерва* за готвене, домати сокове, микс от домати и чушки за готвене, най-разнообразни лютеници и разядки. Междувременно, някогашните *ситни* домати, предназначени за сушене, напълно изчезнали от трапезата на местните хора. От 90-те години на XX век насам в резултат на популяризирането на италианската кухня и на културни/кулинарни влияния от Гърция<sup>25</sup> постепенно стават популярни *чери доматиите* и различни сортове босилек, които трайно намират място в местните градини.

Масовата употреба на хладилниците позволява на хората от градовете и селата да консумират свежа салата все по-рано през годината. В резултат на това отглеждането на салати, марули, домати и краставици в домашни парници става популярно. Разширява се сортовото

<sup>25</sup> Трудовата миграция в Гърция и Италия привлича голяма част от женската работна ръка в Берковска община.

разнообразие на всички зеленчуци, и най-вече на доматиите и пипера, като се отделя пространство и за ранни сортове. Наред със *селския пипер*, който и днес остава преобладаващият сорт пипер в Берковския край, в много домакинства стават популярни сортовете за туршия (като камби) и различни видове капии, които се консервират в буркани под формата на лютеници и цели *печени-белени* чушки или се съхраняват изпечени и замразени във фризера.

Практиката за сушене на зелен фасул, независимо от степента на разпространение, напълно е изоставена, заради възможността зеленият фасул да бъде консервиран в буркани. През 70-те и 80-те години е познат два вида зелен фасул – *зелен и бел*, а стопаните започват да садят и зрял *боб пешак*. Продължава практиката за садене на фасула преди всичко между редовете на царевича, ако семейството я отглежда, или на *бобовици/връшини*. В буркани се консервира само сварен зелен фасул или т.нар. *постна чорба* (*зелен боб*, нарязани домати, лук, чушки). От 90-те години на XX век до днес е популярно зеленият фасул да се замразява бланширан.

Постепенно след колективизацията в домашните градини в с. Мездрей и останалите берковски селища все по-голямо място заемат ранните и късни зеленолистни като марулята и салатата. След 60-те години на XX век местното население започва да отглежда в зависимост от предпочитанията си нови зеленчукови култури като тиквички, патладжани, червено цвекло, репички, някои от които също консервират в буркани. Някои домакини започват да култивират в домашни условия киселец, лапад (*щавляк*), див чесън (*черенбуш*). От 90-те години в градините се появяват грахът, бамята, карфиолът и др. Ошавът се превръща в ритуална храна само за Бъдни вечер, а повечето плодове (с изключение на ябълките) започват да се консервират на компоти и сладка.

### Заклучение

Изследването показва, че в процеса на правене на градина стопаните и растенията си взаимодействат, като взаимно се конституират. От една страна, стопаните мобилизират усилията си, за да обезпечат желаната продукция и да управляват риска чрез определени стопански практики, с което оказват влияние върху качествата на зеленчуците в зависимост от своите вкусове и предпочитания. От своя страна, с биологичните си нужди растенията организират социалния живот и всекидневието на хората.

Подборът на видовете растения, отглеждани като зеленчуци, както и на другите култури и селектирането на местни сортове са повлияни, от една страна, от местните почвено-климатични особе-

ности — качество на почвите, влажност на въздуха и почвите, температури и т.н., които предопределят възможностите за отглеждането на зеленчуци и плодове. От друга страна, подборът на културите, отглежданите количества от дадена култура или вид, подредбата и оформянето на градините са подчинени на икономическите интереси на стопаните — на нуждата от изхранване на семейството и домашните животни и от възможността за реализирането на част от продуктите на пазара.

Така, като резултат от сложното взаимодействие между хората и растенията, са се формирали локални популации, които се отличавали с нужните на хората качества и устойчивост и се адаптирали към местните природни условия. Тъй като селекцията на семената се осъществявала в самите домакинства според техните вкусове и предпочитания, може да се допусне, че са били селектирани специфични качества и вариации на *селския пипер* и някои зеленчуци, които били различни в отделните домакинства. Те обаче не останали затворени в границите на домакинството, а са се смесили с онези, създадени в другите домакинства чрез неформалния обмен на семена.<sup>26</sup> Градинарските знания и практики и мрежите за обмен остават и до днес централни за поддържането на разнообразието.

Социалистическата колективизация в селското стопанство оказва силно влияние върху промяната в предпочитанията и вкусовете на стопаните. Кооперативите и АПК се специализират в отглеждане на дадени култури, включително и на зеленчуци. Институтите на Селскостопанската академия разработват нови сортове, подходящи за съответните географски особености, които да отговарят на потребностите на плановата икономика за задоволяване на вътрешния пазар и за износ. Разработват се и сортове, които са предназначени за домашните стопанства и се разпространяват чрез мрежата на Стопанско обединение „Сортови семена и посадъчен материал“. Същевременно стопаните започват да усвояват нови стопански практики от кооперативите, за да повишат домашните добиви.

## Литература

Иванова, Т., Юл. Босева, В. Ганева-Райчева, Д. Димитрова 2021. „То не от хубаво, от зор се е яло“. Наследено етноботаническо знание за употребата на раннопролетни тревисти растения в Югоизточна България. В: (съст. и ред. Петров, П., В. Ганева-Райчева). *Растения и хора. Приближения към биокултурните връзки*, София, Издателство „Ерве“, 130 – 161.

<sup>26</sup> Повече за обмяната и категоризирането на семената виж в Янчева 2021.

- Маринов, Д. 1901.** Градиво за веществената култура на Западна България. *СбНУ*, XVIII, София.
- Петров, П., В. Ганева-Райчева, Д. Димитрова, Т. Иванова, Ю. Босева, Я. Янчева 2018.** Градината – място на биокултурно разнообразие. *Български фолклор*, 54, 315 – 342.
- Робов, М. 1983.** Археологически данни и писмени сведения за храната на българския народ през Средновековието (XI – XIV век). – *Известия на Националния селскостопански музей*, Т. 5, (Съст. Р. Балевска), София, НСМ, 219 – 237.
- Стайков, Г. 1983.** История на картофите в България. – *Известия на Националния селскостопански музей*, Т. 5, (Съст. Р. Балевска), София, НСМ, 125–135.
- Янчева, Я. 2015.** *Колективизацията в българското село (1948 – 1970). Колективна памет и всекидневна култура*, София, ИК „Гутенберг“.
- Янчева, Я. 2018.** Градинарството в едно планинско село през 40-те и 50-те години на XX век: социални аспекти. *Български фолклор*, 54, 343 – 360.
- Янчева, Я. 2021.** Социалният живот на селския пипер (по материали от Берковския край). В: (съст. и ред. Петров, П., В. Ганева-Райчева), *Растения и хора. Приближения към биокултурните връзки*, София, Издателство „Ерве“, 130 – 161.
- Barnes, J. 2016.** Separating the Wheat from the Chaff. The Social Worlds of Wheat, In: *Environment and Society: Advances in Research*, 7, 89 – 106.

#### Архивни източници и материали:

- АЕИМ Василев, М. 1946.** ИЕФЕМ – АЕИМ (Архив на Етнографски институт с музей), инв. № 160. Василев, Милан: *Етнографски материали за с. Гушанци, Берковско*.
- АЕИМ Янчева, Я. 2007.** ИЕФЕМ – АЕИМ (Архив на Етнографски институт с музей), инв. № 682–III. Янчева, Яна *Биографични интервюта от с. Мездря*.
- ОА 1942 – 1943:** Околийско агрономство – Берковица. – Ф. 59К, оп. 1, а.е. 14. ОДА – Монтана.



# ИЗСЛЕДВАНЕТО НА „КУЛИНАРНИ ТРАДИЦИИ“ В РОМСКИ ОБЩНОСТИ ПО ВРЕМЕ НА КРИЗА. ПРОБЛЕМИ И ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА

*Д-р Иванка Абаджиева-Иванова*

**Анотация:** Изключително трудна задача се оказа изследването на „кулинарни традиции“ сред ромските общности в България по време на пандемията от Ковид-19. Разпространението на вируса доведе до промени в общностите – икономически и социални. Появиха се нови актуални теми, свързани с храната и храненето, по които да бъде събран и анализиран теренен материал, съответно и нови предизвикателства пред изследователите. Най-значимият опит в рамките на големия проект за изследване е практическото обучение извън аудиторията за бъдещите професионалисти – етнологи. Този текст е опит да представи по какъв начин етнологът прави контакт с информаторите на терен. Храната е представена като медиатор, който подпомага дългосрочния контакт и взаимното разбиране между хората.

**Ключови думи:** роми, изследователски методи, обучение на студенти, храна и хранене.

**Abstract:** It was very difficult to implement research on „culinary traditions“ among Roma communities during the Covid-19 pandemic. The pandemic changed the context on the field. This led to a series of challenges and new research issues to be resolved. The most important experience within the study was training in practice for future professionals. This article is an attempt to show how the ethnologist could make connections with informants on the field. The food is considered as a mediator that supports communication and mutual understanding.

**Keywords:** Roma communities, research methods, student training, food and culinary

*„... културата влиза в природата поредица от социално значещи отношения – от тези на производството и проникващите в него форми на знание до тези на морала, отношението между мъжете и жените, политиката и митовете. Така храненето е медиумът, през знаците на който можем да проникнем в дълбините на социалния живот. То е изумителна средина, която обединява природно и културно, създавайки от тях поредица от хоризонти на значими послания.“<sup>1</sup>*

Фундаменталното изследване, в рамките на което е разработен настоящият текст, предполага едно задълбочено познаване и представяне на „кулинарните традиции“, а това се свързва с предимно позитивни преживявания за участниците – информатори и изследователи. Общата трапеза обичайно носи успокоение и удоволствие – чрез „ритуалите“, свързани с приготвянето и изяждането на храната, символично „опитомяваме“ хаоса и усвояваме природата. Разглеждането на храната и храненето от гледна точка на групи хора, живеещи в бедност и поставени в ситуация на социална уязвимост, от своя страна носи тежест, а на места и безнадеждност. Задачата на учения тогава е двойна – от една страна да наблюдава, регистрира и анализира, но от друга – да влиза наученото в практически дейности, които ефективно и в дългосрочен план да помогнат на хора в нужда.

В основата на изследователската работа стои разбирането за храненето като средство, което улеснява общуването и предаването на послания в социалния свят, подпомагайки преодоляването на стереотипи. Разглеждам няколко примера за практическа работа с роми, които демонстрират това разбиране. Приемам разработката като първа стъпка за по-целенасочена изследователска работа, която да представи с повече детайли всеки един от засегнатите проблеми в следващите страници.

### ***Предварителни цели и изследователски въпроси***

Научно-изследователският проект „Кулинарни традиции и културно-историческо наследство в малки населени места – изобретяване, експлоатиране, популяризиране“ е финансиран от Фонд „Научни изследвания“, конкурс за фундаментални научни изследвания по обществени предизвикателства – 2018 г. Проектът представлява фундаментално научно изследване, но с практически компонент. Конкурсната процедура, по която е финансиран, се фокусира върху осъществяване на качествено насочени фундаментални изследвания, обвързани с актуални обществени предизвикателства, определени в

<sup>1</sup> Пожарлиев, Р. 2013. *Философия на храненето. Културно-исторически контексти*, УИ „Св. Климент Охридски“, с. 69.

националната стратегия за развитие на научните изследвания в Република България 2017 – 2030. Сред тях са: социално развитие, решаване на демографския проблем и намаляване на бедността; културно-историческо наследство, национална идентичност и развитие на обществото; подобряване на качеството на живота, вкл. храна и хранене.

Няколко са основните теми и изследователски въпроси, които бяха поставени в началото на проучването:

- Храната и храненето като част от общото културно-историческо наследство.
- Промени в храната и храненето под влияние на групи икономически, политически и социални фактори, мобилност и др.
- Фестивалната култура и кулинарията.
- Храната като елемент от изграждането на локална идентичност.
- Как се вписва „традицията“ в трендовете био-, еко-, веган, суровоядство и др.?
- Променя ли се и как културата на хранене и приготвяне на храната в следствие на мобилността и смесването на „национални“ кухни?
- Здравословното хранене – как се интерпретира в града и селото, във връзка с локалните кулинарни традиции?

В този контекст беше поставена и темата за храната и храненето в ромските<sup>2</sup> общности с няколко конкретни изследователски въпроси: Открива ли се „ромска кулинарна традиция“, съответно различими ли са ясни разграничителни линии между определяната за „българска“ традиция в кулинарията и тази на останалите етнически групи, населяващи конкретен район? Могат ли да се намерят конкретни рецепти, които да бъдат определени като „традиционни ромски“, за да бъдат включени в „ромски“<sup>3</sup> рецептурник? Дали и по какъв начин ромите се включват (или са включени от околните) в процесите за изграждане на локални идентичности? Проследяване на трендовете за „здравословно хранене“ сред няколко ромски общности и какво е разбирането на

<sup>2</sup> В текста понятието „роми“ се използва като „*обобщаващо както за българските граждани в уязвимо социално-икономическо положение, които се самоопределят като роми, така и за гражданите в сходна ситуация, които околното население определя като такива независимо от начина на тяхното самоопределяне*“. Определението е от приетата от парламента Национална стратегия на Република България за интегриране на ромите (2012 – 2020). Важно ми се струва уточнението, че не всички роми се намират в социално-уязвима ситуация по отношение на икономическото им състояние.

<sup>3</sup> Изписването на кавички в този абзац подчертава условността на понятието поради различието между групите, които се (само)определят като ромски.

хората за връзката между храненето и здравето? Има ли изменения в диетата на изследваните общности като следствие от социално-икономическите промени и мобилността (особено след 2007 г.)?

### *Проучване в условията на пандемия*

Първоначалната заявка на изследването е със сравнително широки граници, но най-ценното във фундаменталните етнографски изследвания е възможността за гъвкавост, според актуалните проблеми и теми, към които водят срещите на терен. Няколко бяха обстоятелствата, свързани с пандемичната обстановка, които наложиха промяна на гледната точка в изследването на храната и храненето в ромските общности.

През 2019 г., преди настъпването на пандемията, не успях да достигна до място, на което да се забелязва отчетливо различие между „ромската“ и „българската“ кухня. Не успях да достигна и до място, на което храна да бъде определяна като специфично „ромска“ от страна на ромите и на заобикалящата ги общност. Хората говореха за „наши“ рецепти, но те не се различаваха като подправки, вкус и технология на приготвяне от храната, характерни за съответния район.

През пролетта на 2020 г., след избухването на пандемията от Ковид-19 в България бяха наложени строги протиепидемични мерки. Това доведе до ограничаване на социалните взаимодействия на всички нива чрез налагане на законови мерки за спазване на социална дистанция, включително и с глоби: затваряне на хората в домовете им, където контактите им остават единствено в рамките на нуклеарното семейство; ограничаване на културния живот във всичките му аспекти; нарушено свободно движение на хора, стоки и услуги; забрана за събирането на хора по какъвто и да е повод.

Затруднено беше влизането в ромските квартали. У хората се появи страх от външните, породен от специфичните ограничителни мерки, приложени към редица ромски квартали. Този страх година по-късно беше подсилен и от ваксинационната кампания срещу Ковид-19. Тя протече в условията на особено високо обществено напрежение, поради неясно представяне на информацията, разнопосочни послания и недобра организация.

Ограничени бяха възможностите за пътуване и провеждане на дългосрочни теренни експедиции. Това беше преодолим проблем, но несигурността и напрежението, породено от ограничителните мерки вътре в ромските общности не позволи разширяване на териториалния обхват на изследването.

Не беше възможно провеждането на локални общностни празници, фестивали и обреди. Това не позволи да бъдат наблюдавани

достатъчно на брой празници и фестивали с кулинарна насоченост в различни райони на страната. Съответно нямаше как да бъде направена сравнителна характеристика по отношение на етническите маркери в предлаганата и представяна за характерна във всеки район храна. Затруднено е и задълбоченото проучване на репрезентирането на елементи от определяната като „ромска“ култура или участието на роми в общите за населеното място публични събития.

Последиците от Ковид-19 сред ромите са изследвани и описани от Институт „Отворено общество – София“, който през 2021 г. публикува доклада „КОВИД-19 в ромски квартали в България. Март 2020 – декември 2020“.<sup>4</sup> Изведените там проблеми са с различна степен на валидност за отделните квартали. Големи групи от хора, живеещи в тези квартали, останаха без препитание, съответно без средства, с които да покриват базовите си нужди, включително и храна. Това повлия на моето отношение към поставения изследователски проблем и изследователски въпроси. Различният контекст изискваше промяна на гледната точка. Достъпът до храна, а дори и питейна вода, се оказва въпрос на оцеляване.

Бедността в части от ромските квартали не е ново явление, но в кризисния момент придоби изключителна острота. Влияние оказва и вътрешното разделение на база социално-икономическото състояние на домакинствата. Много хора работят без трудови договори и липсва каквато и да е социална защита и мерки, които да ги подкрепят до преминаването на кризисния момент. Част от тях изкарват прехраната си със сезонни дейности, например чрез бране на гъби и билки в гората или с полска работа – основно в топлите месеци. За тези дейности се заплаща на изработен ден/количество, доходите са непостоянни, а дългосрочна перспектива липсва. От друга страна, към България се завърнаха много от хората, които работят в чужбина нискоквалифицирана и сезонна работа. Така пострадаха и семействата, които се издържат от паричните потоци от чужбина – няколко човека от домакинството заминават за работа през топлите месеци и с печалбата се изхранват през студените месеци.<sup>5</sup>

<sup>4</sup> Грекова, М., Търнев, И., Захариев, Б., Йорданов, И. 2021. КОВИД-19 в ромски квартали в България. март 2020 – декември 2020, достъпен на: <https://osis.bg/?p=3926>

<sup>5</sup> Наблюдавам процесите в ромските общности отблизо, включително и като част от експертния екип на Национална мрежа на здравните медиатори. Това е организацията, която обединява здравните медиатори, работещи в България, с лекари, експерти в хуманитаристиката и други съмишленици с основна цел подобряването на достъпа до здравеопазване за социално-уязвими групи – тези групи хора, до които институциите не достигат, защото са изпаднали в състояние на крайна маргинализация и социално изключване.

През 2020 г. в условията на хуманитарна криза и липса на базови хранителни продукти за мен беше невъзможно проучване на храненето като част от културно-историческото наследство в ромски общности. Всеки един разговор с хората на терен беше свързан с липсата на работа; липсата на храна; със съпричастността, която хората в „подобро“ положение проявяват към тези, които са „по-зле“<sup>6</sup>; със страха от вируса; с липсата на близките, с които не могат да бъдат заедно, защото са извън България или са починали. Засили се и напрежението спрямо външните на терен. Наложените мерки за „социална дистанция“ и дистанционното обучение на учениците, увеличиха разделението между общностите в различните населени места.

Значимост придоби нуждата от осмисляне на практическото приложение на етнологички и антроположки подходи, които биха могли да подкрепят формирането на социални връзки и да опосредстват общуването вътре в общности, живеещи в бедност и в ситуация на социално изключване.

Разбирането на кулинарията и храненето като общ универсален език, на който можем да общуваме свободно може да се илюстрира с множество примери. В избраните практики от терена, които представям, съм не само в ролята на изследовател, но и на пряк участник. Те показват по какъв начин храната може да се превърне в ключов елемент от работата на хуманитарните учени за вход към общностите, които бихме искали да изследваме или да работим в приложно-практически план. Описаните ситуации представят подходи на работа с различни по тип групи. Показват моменти, в които храната стимулира общуването, а като следствие и подпомага процесите на промяна на нагласи.

### *Неформално обучение за бъдещи етнологи*

Проектът „Кулинарни традиции“ съдържа два компонента – фундаментално изследване и тестването на етнологички подходи за активна работа с младежи на терен, с особено внимание към различните етноконфесионални групи. Практическият компонент ни позволи да проверим до каква степен общото приготвяне на храна и ритуалите на хранене след това, могат да влияят позитивно върху отварянето

---

През 2022 г. 307 здравни медиатори работят на територията на 150 общини, във всички области на държавата. Здравните медиатори бяха сред групите здравни специалисти, които бяха признати за работещи на първа линия за овладяване на пандемията. За повече подробности: [www.zdravenmediator.net](http://www.zdravenmediator.net)<sup>6</sup> „По-добре“ и „по-зле“ са условни категории. Доколкото се употребяват в текста, те индикират усещането на самите хора, които разказваха кой и как им помага в работата.

на общностите и да спомогнат на студентите при преодоляването на културния шок на терен.

Младежите, с които работихме бяха основно наши студенти — бъдещите специалисти етнологии. По предварително зададената работна програма, беше определено да работим и с ученици от училища в районите, определени за провеждането на основни теренни експедиции — градовете Лом, Кюстендил и Смолян. В трите района се наблюдава спад на населението през последните две десетилетия, интензивна миграция и мобилност, сравнително ограничени възможности за трудова заетост, но е регистриран и потенциал за развитие на селски и културен туризъм. Срещата с ученици предполагаше изграждането на по-пълна картина за тенденциите, свързани с локалните житейски стратегии за справяне с предизвикателствата в населените места, които посетихме. В трите района населението е с различна етноконфесионална идентичност, което би дало възможност да се направят съпоставки и по отношение на междуетническите взаимодействия.

Основните дейности с младежите са включени в програмите за провеждане на студентски училища — осъществяването на съвместни кулинарни работилници. Така бъдещите етнологии се запознават с по-атрактивни методи на теренна работа, които предполагат активно участие в социалния живот на изследваната общност и се стимулира интересът към проблемите на културно-историческото наследство като значим елемент от настоящето време. Учениците от своя страна имат възможност в неформална обстановка да разберат повече за обучението в хуманитарните специалности в университета и биват поощрени да мислят в посока продължаване на образованието във висши училища.

За провеждане на първото студентско училище беше предварително определено с. Славейно, където се помещава „Център Родопи“ — научно-изследователска база на Софийския университет. Базата посреща студенти повече от десетилетие и е отправна точка за продължаващи теренни изследвания в Средните Родопи. В с. Славейно младите хора са посрещани винаги с радост, защото селото постепенно замира. През 2019 г. постоянните жители не наброяват повече от 100 човека, предимно над 50-годишна възраст. Там кулинарните работилници бяха организирани от местните хора. Студентите бяха много добре подготвени предварително какво могат да очакват от своите състуденти, които вече са прекарвали задължителните си студентски практики, настанени в базата. Програмата включваше участие в семейни и религиозни празници, демонстрации на местни рецепти, съвместни кулинарни работилници, които бяха отбелязвани в базата, но и в съседните села Виево и Кутела.

Местата за провеждане на последващи студентски училища не бяха определени предварително.<sup>7</sup> В процеса на работа като най-подходящо се оформи с. Долни Цибър, Общ. Вълчедръм.<sup>8</sup> Там през май 2022 г. беше проведено Студентско пролетно училище „Кулинарни традиции по поречието на река Дунав“ заедно с учениците от Средно училище „Христо Ботев“. Училището от 2019 г. обучава учениците си в две специалности с кулинарна насоченост: „Хранително-вкусова промишленост“ и „Работник в производството на кулинарни изделия в заведения за хранене и развлечения“.<sup>9</sup>

Село Долни Цибър е голямо и живо село, с малки деца и млади хора, със средно училище, въпреки че е бедно, отдалечено от големи икономически центрове, а достъпът до него е труден.<sup>10</sup> Преобладаващият брой роми в с. Долни Цибър до известна степен капсулира населението му и го прави недоверчиво спрямо външните. Фактор е и присъствието на селото в медийното пространство с прозвището „Ромският Кеймбридж“ и разглеждането му като „изключение“, поради наличието на много висок процент роми с висше образование в него — това се проявява като локална негова специфика.<sup>11</sup> На тази

<sup>7</sup> До края на проектния период не беше отворена възможност да се осъществят дейности с младежи в района на Кюстендил. Учебният процес много дълго време протичаше дистанционно, а в периодите на присъствени занятия, училищата бяха затворени за външни лица.

<sup>8</sup> Провеждането на студентски училища и кулинарни ателиета беше ръководено от д-р Кремена Йорданова и подпомогнато от д-р Петя Груева, д-р Виолета Коцева и мен. Подробности за провеждането и резултатите са разгледани и в текста Абаджиева-Иванова, И. Храната, която сближава. Организиране на кулинарни ателиета като средство за изграждането на социални връзки в работата на терен — проект „Кулинарни традиции“, сп. Терени, 2023, бр. 6.

<sup>9</sup> Повече информация може да бъде открита на сайта на училището: <https://obu-hrbotev.com/index.php> (последно влизане 31.12.22).

<sup>10</sup> Селото няма сигурна автобусна линия, защото невинаги шофьорите, които пътуват по линиите до Вълчедръм се отбиват до него. ЖП линия също няма. Селото е достъпно на практика единствено с кола. Няма нещо като хотел/къща за гости или заведение, което да привлича хора отвън и да прави възможно оставането за по-дълъг период от време. Това беше сериозно затруднение при организирането на теренната работа, тъй като студентите ежедневно бяха извозвани с автомобили от гр. Лом.

<sup>11</sup> Това се случва поради високия брой роми с висше образование, които са от с. Долни Цибър. През 2015 г. излиза филмът на Елдора Трайкова „Кеймбридж“, трейлър: <https://www.youtube.com/watch?v=yNEdDhbhjZY> Интервю на Юлияна Методиева за „Маргиналия“ с Е. Трайкова, „Да постигнеш Харвард не защото си ром!“ от 30.12.2015 г. <https://www.marginalia.bg/analizi/da-postignesh-harvard-ne-zashtoto-si-rom/> Въпреки наличието на високообразовани роми и спечеленото прозвище,



основа се наблюдава процес на формиране на локална идентичност, която отделя цибърчани от останалите „роми“.<sup>12</sup>

Участници в студентското училище бяха част от научния екип, студенти от горните курсове в бакалавърска програма „Етнология и културна антропология“ и учениците в гимназиалната степен на обучение на училището домакин. Посещението съвпадна и с отбелязването на Гергьовден — така студентите успяха да се потопят в подготовката за и атмосферата на празника. Програмата включваше:

- запознаване с района — природни, икономически и културни особености;
- презентация на студентите от специалност „Етнология и културна антропология“ пред ученици в 9, 10 и 11 клас от училището с включена дискусия;
- представяне на живота в селото от страна на учениците;
- среща със здравния медиатор, кмета, жители на селото и посещения в домовете им;
- свободно време за провеждане на индивидуални интервюта;
- участие в тържествата по случай Гергьовден;
- посещение на служба в една от местните евангелски църкви;
- заключителна дискусия между научния екип и студентите, с обратна връзка за видяното и преживяното на терен.

В центъра на програмата беше денят, посветен на съвместна кулинарна работилница, в която учениците представиха местни специалитети на студентите. Предварителната молба на нашия екип бе

---

стереотипите и негативното отношение спрямо ромските деца и там могат да бъдат усетени, за което свидетелстват редица разкази и публикации. Например, разказ от 2020 г. от вече порасналата Принцеса, която е главен герой във филма <https://nmd.bg/printsesa-ivanova-razkazva-za-diskriminatsiyata-s-edna-istoriya-ot-brega-na-dunav/>

<sup>12</sup> Терминът „роми“ поставям в кавички, защото уникалността на локалната идентичност не се проявява само спрямо ромските общности, а по принцип. Отправна точка да коментирам само ромите са изказванията на респондентите, че „в нашето село ромите сме по-! по-различни...!!!“ Тук няма да се спирам подробно на този въпрос, защото е предмет на съвсем друго по тип изследване. Обръщам внимание на процеса по две причини. От една страна, селото многократно се дава за пример за общност, в която „ромите са различни“ и „ромите успяват“ и това се приема като повод за гордост от местните. Тук има нужда от по-задълбочено проучване до каква степен се случва, как се измерва „успехът“, как възприема общността това извеждане на „пример“ и т.н. От друга страна, по-задълбоченото проучване от гледна точка на локалната идентичност може да даде ценни насоки за това как едно малко, отдалечено село реагира на съществуващото обществено напрежение, конфликти, социални дистанции и т.н., свързани с етно-конфесионалната принадлежност.

ще учениците да приготвят характерни за Дунавския регион храни, които са част от ежедневноното и празничното им меню.

Кулинарните работилници са подходяща дейност за комбинирането на класическата етнография и методи, които предполагат активно участие на информаторите (participant research methods). Много по-лесно и двете страни — интервюирани и интервюиращи, успяват да преодолеят вътрешните си съпротиви, стереотипи и притеснение, когато са включени в общи действия, извършвани с ръце. Дейностите, които развихме на терен заедно със студентите, също показаха, че кулинарните работилници и съвместното хранене намаляват ефекта на културния шок на терен. Всичко това има особено значение, когато изследователите са сравнително неопитни млади хора, студенти, пред които информаторите имат желанието да представят *„най-доброто от себе си“*, *„нещата точно такива, каквито са“*.<sup>13</sup> Между представянето на вкусни храни на преден план излизаха и въпросите за взаимодействието между роми и българи, за общото между нас, за различното, за стереотипите, за диференциацията вътре в ромските общности, локалната идентичност и механизмите за нейното изграждане.

В посетените смолянски села въпросите, свързани с идентичността (етноконфесионална или локална), не бяха на преден план. Много рядко изобщо се споменаваха за различието (доколкото може да бъде открито) между българи християни и българи мюсюлмани. Там на преден план като проблем излиза непрестанно обезлюдяването. Разговорите са свързани с липсата на перспективи за младите, които могат да съхранят селата живи. Правят се сравнения между живота на село и в града, а основната болка, която споделят местните, е липсата на техните деца и внуци, които са далеч.

### *Още примери*

Резултатите от наблюденията в провеждането на студентските училища недвусмислено показаха, че храната е медиатор в общуването между хора, които на пръв поглед нямат нищо общо. Този извод се затвърди и наблюдавайки развитието на няколко групи за самопомощ<sup>14</sup>, формирани в ромски общности. Тук ще дам пример за две такива, в които съм била участник в периода 2019 — 2022 г. Това

<sup>13</sup> Откъси от реплики на домакините ни в с. Долни Цибър, които са показателни за тяхното отношение към нашето посещение и предварителната им нагласа и подготовка.

<sup>14</sup> Среща се и наименованието самопомощ, както е и на английски self-help group). В текста двете са използвани като синоними — няма разлика в същността на понятието.

са женска група за самопомощ в гр. Харманли<sup>15</sup> и момичешка група БОН-БОН в гр. Стралджа.<sup>16</sup> Общото между двете е, че са насочени към повишаване на информираността по здравни/социални теми, както и овластяване на жените в ромските общности. Групите продължават съществуването си и след формалното приключване на проектните дейности, в рамките на които са създадени.

Практиката за сформирани на групи за самопомощ<sup>17</sup> има широко приложение в общности, живеещи в бедност и социална изолация. Ефектите им са проучени доста добре, намират се множество наръчници на различни езици за организирането им, както и редица изследвания върху въздействието им.<sup>18</sup> В основата им е идеята, че у всеки човек или група има неразкрит и неизползван вътрешен потенциал, който има нужда от стимул, за да се активизира и да действа за подобряване на собственото си благосъстояние и средата, която обитава. Формирането на такава група се случва бавно, с предварителна подготовка. В началото се забелязва липса на желание за активност на хората в някаква обществена полза. Те първо трябва да бъдат убедени, че участието им в групата за самопомощ ще бъде приятно и полезно първо лично за тях, а след това ще подпомогне техните съседи и близки. В първите няколко срещи обичайно хората не знаят какво да очакват и водещите имат за задача да ги привлекат за участие, но

<sup>15</sup> В гр. Харманли здравният медиатор кандидатства и изпълни малък проект „Създаване и развитие на женска група за самопомощ в ромска общност в Харманли – ресурс за промяна на местни политики в областта на майчино и детско здраве“, част от обучението по застъпничество в рамките на проекта „С грижа от 0 до 3“ на Тръст за социална алтернатива.

<sup>16</sup> В гр. Стралджа момичешката група беше създадена в рамките на международен проект „RoMOMatter: Empowering Roma Girls' Mattering through Reproductive Justice“, финансиран по програма „Права, равенство и гражданство на Европейския съюз“ (2014-2020). За повече информация: <https://cespyd.es/en/research/romomatter-empowering-at-risk-roma-girls-mattering-through-reproductive-justice-2/>

<sup>17</sup> Могат да се срещнат и като групи за взаимопомощ.

<sup>18</sup> Групите за самопомощ в България са по-широко използвани и са по-известни като подход в сферата на психологическата подкрепа, напр. има група на хората, живеещи с ХИВ, за подкрепа между хора с различна сексуална ориентация, за подкрепа в борбата с различни зависимости (алкохол, хазарт, дрога). Огромна е литературата, посветена на групите за самопомощ, която няма да цитирам. На български достъпно за използване и насочено конкретно към работата със социално-уязвими общности (вкл. роми) е изданието на Българска асоциация по семейно планиране и сексуално здраве „Здравно и сексуално образование в уязвими общности. Ръководство за групи за взаимопомощ“ от 2020 г., което може да бъде видяно на адрес: [http://www.safesex.bg/images/PDF/merk\\_book\\_final.pdf](http://www.safesex.bg/images/PDF/merk_book_final.pdf) (последно влизане 31.12.2022)

без натиск. Създаване на ситуация на съвместно хранене е ключов елемент за „разчупване на ледовете“, които да предразположи хората към споделяне. Предлага се кафе или разхладителна напитка, дребна почерпка, за да се отпуснат. По този начин срещите на групите се проявяват като отмора от ежедневните домашни или работни задължения.

В гр. Харманли групата се състои от жени на възраст 20 – 55 г., а фокус на разговорите им е майчиното и детско здраве, отглеждането на децата, облагородяване на квартала. Там, преди организирането на нарочни периодични срещи, жените сами бяха заявявали желанието си здравният медиатор „да им организира нещо, за да си пият кафето заедно“<sup>19</sup>, защото тя ги е събирала вече на беседи с кафе и сладки, а на тях им е било много приятно. Така по естествен начин, уважавайки желанията на общността, се оформя ядро от активни жени, които и до момента помагат на здравния медиатор в организирането на различни инициативи, отбелязване на празници и съдействие по време на информационни кампании.

Интересен момент от действието на сформиранията женска група в гр. Харманли са общите срещи на жените от ромския квартал с жени-бежанки. На тях всяка жена подготвя и носи нещо „традиционно“ за семейството ѝ за почерпка. Впечатляващо е умението на жените да комуникират и да се разберат добре, въпреки разнообразието на езици, на които говорят.

Жените от групата все още се събират „на кафе“.

В гр. Стралджа в рамките на изследователски проект на Центъра за изследване и действие в общностите (CESPYD) към Университета в Севиля (Испания)<sup>20</sup> сформирахме група от момичета на възраст 12 – 14 г. Изследването използваше методи с активното участие на респондентите (participant action research). Фокус на работата на групата беше превенцията на ранни бракове чрез овластяване на момичетата и повишаване на техните знания в няколко посоки: за мястото на жените в съвременния свят, за възможностите те да завършат образование преди да родят, да работят и да имат „собствени пари“<sup>21</sup>, за репро-

<sup>19</sup> Думи на жени от групата.

<sup>20</sup> Центърът е основан през 2008 г., за да развива направлението психология на освобождението (liberation social psychology), изучаващо психологията на потиснатите и живеещи в бедност общности като същевременно Центърът изпълнява изследователски проекти, в които респондентите са активни участници (participant action research) и целят да подобрят благосъстоянието на уязвими общности и етнически малцинства като мигранти с ниски доходи, бежанци или ромско население. За повече информация: <https://cespyd.es/en/>

<sup>21</sup> Реплика на няколко момичета от групата, когато им беше поставена за-

дуктивните им права. Подробности около методологията, по която беше проведено изследването в България и резултатите изискват отделен текст.<sup>22</sup>

Интересен момент беше вниманието, насочено към храната по време на срещите. В предварителните указания за събиране на групата изрично беше упоменато включването на любимите храни на участничките. Те са все още деца и първоначално в екипа, с който работихме предлагаме дребна почерпка като сок, бонбони и сладки, които са им любими. Постепенно се оказва, че момичетата трябва да бъдат нахранени, за да идват и за да са активни по време на заниманията.

В личен план, въпреки опита и знанията, натрупани на терен, всеки път е шокиращ сблъсък с реалността, особено когато главните действащи лица са деца. На едно от първите събирания на момичетата бях в ролята на лектор по темата за 8-ми март и правата на жените, които са извоювани трудно. Заниманията по условие продължаваха около 90 минути, но в повечето случаи се проточваха отвъд определеното време. Организирахме ги в почивни дни – събота и неделя. Обикновено заниманието беше разделено на „теоретична“ част и време за тематични игри. Тази събота момичетата дойдоха, седнаха да слушат, опитвах се да отговарят на въпросите, които задавам, виждаше се, че им беше приятно и интересно. Имаше обаче момичета, които бяха вяли, унили, липсваше им енергия, не се чувстваха съвсем добре. В един момент, здравният медиатор предложи да направим пауза и да сложим закуската, която бяхме приготвили и така плавно да продължим към игрите – бяхме отделили времето за правене на мартеници, тъй като срещата беше дни преди 1 март. След закуската момичетата се оживиха и всички участваха много активно. След заниманието, във времето за рефлексия за водещите и подаването на обратна връзка, здравният медиатор сподели, че момичетата просто са били гладни. Денят за провеждане на срещи е събота и те не са на училище. В част от семействата, в събота и неделя за по-големите деца

---

дача да разкажат за какво мечтаят. Притежанието на „собствените“ пари се оказва маркер за зависимост/независимост при тях. Жените рядко разполагат с лични средства, дори и в случаите, в които работят.

<sup>22</sup> Групи бяха създадени и в Румъния (Букурещ) и Испания (Севиля и Аликанте). Текстовете, посветени на резултатите от проекта и анализи на база събрания емпиричен материал бяха публикувани в края на проекта през 2021 г. Достъпни за четене на английски са две статии към момента: Garcia-Ramirez, M., Soto-Ponce, B., Albar-Marín, M.J., Parra-Casado, D.L., Popova, D., & Tomsa, R. (2020). RoMoMatteR: Empowering Roma Girls' Mattering through Reproductive Justice. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(22), 84 – 98; Miranda, D. E., Zhelyazkova, L. & Sladkova, J. (2021). A Photovoice Project for Ethnic Health Justice: Reflections from Roma Communities in Seville, Spain. *Global Journal of Community Psychology Practice*, 12(2), 1 – 17.

(в училищна възраст) няма храна или ако има, то тя не е достатъчно като количество и качество, за да нахрани всички деца и възрастни в домакинството. Храната стана основна тема за обсъждане в екипа и разбира се, осигурявахме питателна закуска в дните, в които се провеждаха срещи. Една от срещите посветихме на здравословното хранене — момичетата видяха как се правят с блендер и опитаха сокове и смутита с различни плодове. Част от момичетата не бяха опитвали плодове, приготвени по този начин, не бяха виждали как се смесват цветните сокове от телевизията и картинките. Имаше и среща, на която те сами направиха своите закуски — сандвичи и плодове.

Всичко това не беше изненадващо откритие за нашия екип — имахме възможност да проявим гъвкавост на терен и да изберем откъде и каква група деца да съберем, съответно ние решихме, че ще бъде най-полезно да се работи с най-бедните и изолирани роми в Стралджа. Там в дългосрочен план би било от съществено значение група момичета да разберат повече за света отвъд границите на квартала. Много малка част от тези момичета остават в училище до 8. клас, а да продължат успяват единици, предимно момчета.

Храната не беше основна причина момичетата да посещават заниманията — беше им интересно това, което имаме да им кажем и да им покажем. Храната, обаче, беше онзи дребен детайл, който помогна на децата да почувстват екипа в Стралджа и нас, външните за тях, поблиски, особено в моментите, в които губеха ентузиазъм за участие в дейностите по проекта до самия край. Регулярните събирания за момичетата, бяха нещо много различно от ежедневието им у дома, но и много по-специално заради вложеното лично отношение от страна на водещите и гостите на срещите.

Маркираните ситуации илюстрират добре това, че общата „трапеза“ обичайно не е пищна — това не е необходимо, но е свързана с добро настроение. Опитването на различни (и нови) вкусове, обсъждането на любими храни или рецепти, предлага въвеждаща тема за разговор на хора, които (все още) не се познават. В резултат на такъв „въвеждащ“ разговор аудиторията се „отпуска“ и се подготвя много по-лесно да възприеме това, което външният човек (лектор, модератор, интервюер) има да каже или да попита. Напрежението от срещата с новото и непознатото намалява и в двете посоки.

### *Предизвикателствата*

Събраният теренен материал не успя да отговори на предварително поставените изследователски въпроси. Вместо това генерира поредица нови проблеми, които заслужават вниманието на изследователите.

Наблюденията върху процесите с фокус храна и хранене в този период на социална, икономическа и здравна криза в много голяма степен потвърдиха една от първоначалните хипотези, а именно, че и в ромските общности под въздействие на мобилността, настъпват промени в културата на хранене, появяват се нови рецепти и нови продукти, но (очаквано) много по-важен фактор за храненето остава социално-икономическата ситуация в семейството, нивото на образование и съответно общата здравна култура в семейството. Трендовете „еко“, „био“, „здравословно“ остават по-скоро непознати, но и недостъпни поради високата цена на голяма част от продуктите.

В приложно-практически план, се затвърди схващането, че споделяният ритуал на хранене създава условия за социално взаимодействие и по този начин подпомага формирането на социални връзки и групи за осъществяването както на проучвателска работа, така и за адаптацията и приложението на добри практики за подобряване на благосъстоянието на общностите. Доброто настроение и приятното преживяване, за които допринася споделяната храна, създават очакване за продължаващо социално взаимодействие, а в някои случаи и известно нетърпение у участниците.

Когато искаме да привлечем определена непозната аудитория, с която трябва да бъде установено доверено пространство за разговор, не по-малко значение има и това, че храната е сравнително „безопасна“ тема. По време на срещите на групите, видяхме че всяка жена с удоволствие разказва за това как поддържа домакинството си, каква храна приготвя или с какво обича да се храни. Така се създава спокойна и безопасна за споделяне среда, в която през споделяните опит и храна се „доказва“, че намеренията на външните не са негативни и не подхождат с пренебрежение към „местните“, независимо от начина им на живот. Аудиторията се отваря към трудни теми, свързани с насилие, права, образование, здраве (особено ключови, но смятани за табу, са репродуктивното здраве, семейното планиране, превенцията от инфекциозни болести), трудова и сексуална експлоатация и др. Споделеното хранене се оказва ефективен и достатъчно евтин подход за „вход“ към капсулирани общности и за преодоляване на стереотипи. Видяхме го и по време на студентското училище в с. Долни Цибър, където трудните теми за идентичност, дискриминация и реализация, успяха да проправят път между обсъждането на празници и рецепти.

Сравнението между включването на храната в работата с различни групи, прави възможно усъвършенстване на подходите, както за събиране на данни от терена, така и за подаването на важна за социално-уязвимите групи информация. Прилагането на етнологички подход в проучването на храната и храненето сред социално-уязвимите групи (независимо от етническото им самоопределение) може да се

окаже ключово при решаването на социални предизвикателства. Това е особено важно поради отражението на храната върху живота и здравето на човека, съответно цялостното му развитие, образование и работоспособност, още от пренаталния период, най-ранното детство и нататък в дългосрочен план.

В тази посока като предизвикателство пред учените се явява и по-дълбокото разработване на темата за „здравословното“ хранене – проявленията му, знанието за това какво е „здравословно“ и проучване на традиционни, евтини и леснодостъпни продукти и техники за приготвяне на храна на местно ниво, които да влязат в ежедневието.

С темата за здравословното хранене е свързана и нуждата да се разгледа проблема за храненето в детската градина и училището, особено по отношение на това дали и как осигуряването на хранения в учебно време действат като стимул за задържане на деца в образователната система, когато те са от много бедни (многодетни) семейства и са с повишен риск от отпадане. В яслата и детската градина се осигурява хранене за децата, а през 2022 г. отпаднаха и таксите за детски градини – предстои да се наблюдават ефектите от тази мярка в различни групи от население. Има няколко действащи програми за осигуряване на храна за децата. Това са схемите „Училищен плод“ и „Училищно мляко“, по които се осигуряват млечни продукти, плодове и закуска на всички деца до 4. клас в училище.<sup>23</sup> Насочена конкретно към „ученици в неравностойно положение“ е програмата „Топъл обяд“ на Българския червен кръст.<sup>24</sup> Европейският социален фонд през Агенцията за социално подпомагане на Министерство на труда и социалната политика финансира „Програма за храни 2021 – 2027 г.“<sup>25</sup>, която включва четири вида помощ: подпомагане с пакети хранителни продукти и хигиенни материали, топъл обяд, пакети за новородени деца и детска кухня. Тези усилия се оценяват положително, но не са налични (или не са достъпни публично) анализи или документи, които да свидетелстват за това как и до каква степен тези програми въздействат върху здравето и обучението на децата. Липсва и икономически ана-

<sup>23</sup> За повече информация: НАРЕДБА за условията и реда за прилагане на схеми за предоставяне на плодове и зеленчуци и на мляко и млечни продукти в учебните заведения – Схема „Училищен плод“ и Схема „Училищно мляко“, приета с Постановление на Министерски съвет през 2016 г. [https://www.mzh.government.bg/media/filer\\_public/2022/09/16/naredba\\_za\\_usloviyata\\_i\\_reda\\_za\\_prilagane\\_na\\_skhemi\\_za\\_predostaviane\\_na\\_plodove\\_i\\_zelenchutsi\\_i\\_na\\_mliako\\_i\\_mlechni\\_produkty.pdf](https://www.mzh.government.bg/media/filer_public/2022/09/16/naredba_za_usloviyata_i_reda_za_prilagane_na_skhemi_za_predostaviane_na_plodove_i_zelenchutsi_i_na_mliako_i_mlechni_produkty.pdf)

<sup>24</sup> За повече информация: [https://www.redcross.bg/activities/activities12/hotmeal\\_program/about\\_hotmeal](https://www.redcross.bg/activities/activities12/hotmeal_program/about_hotmeal)

<sup>25</sup> За повече информация: <https://asp.government.bg/bg/operativna-programa-za-hrani/operativna-programa-za-hrani-2021-2027-g/>



лиз, който да разглежда съотношението между инвестиция, качество на приложената програма и ефективност/резултати в дългосрочен план. Разговаряйки с хората на терен, здравни медиатори са споделяли, че деца от семейства, живеещи в крайна бедност и в най-изолираните части на ромските квартали, които подлежат на задължително образование, посещават училище за времето до получаване на храната или само за храненето. След това си тръгват. Това са изключително обезпокоителни сигнали. Те следва да бъдат проверени на първо място през мониторинг на ниво институции, който включва проверка на качеството на предоставяната храна, а на второ място през проучване на нуждите и ефектите на ниво потребители.

По отношение на методите, с които борави етнологията (и антропологията) могат да бъдат направени няколко основни извода. Разгледаните добри практики (а и много други, които могат да бъдат добавени) показват, че етнологичните методи позволяват да се напишат специфичните механизми за работа с различни групи с оглед техните специфики, при спазването на професионална и личностна етика. Наблюдението с елементи на включване е изключително деликатен начин етнологът да се запознае с изследваната група и да научи повече, както на индивидуално, така и на общностно ниво.

В допълнение, методите на етнологията и антропологията предполагат спазване на (неписан) етичен кодекс за работа на терен, който подsigурява създаването на доверено място за комуникация.<sup>26</sup> За това спомага и използването на рефлексивни подходи, които дават възможност за гъвкавост и адаптиране на теренната работа спрямо ефектите, които целим.

Комбинацията от класически етнографски методи и практически дейности на терен препотвърди значението на етнологията не само при изучаването, но и при намирането на решения, разработването на стратегии за преодоляване на кризи и конфликти. Неразделна част от тези процеси е и подготовката на следващи поколения етнологи.

<sup>26</sup> Примери за кодифицирани правила за извършване на антропологична работа са: Етичният кодекс на Американската Антропологична Асоциация, в сила от 1998 г. Текстът му е достъпен: <https://s3.amazonaws.com/rdcms-aaa/files/production/public/FileDownloads/pdfs/issues/policy-advocacy/upload/ethicscode.pdf> и Принципите на професионална отговорност на Асоциацията, достъпни тук: <https://www.americananthro.org/LearnAndTeach/Content.aspx?ItemNumber=22869> (последно посещение 31.12.2022 г.). Етичните правила за извършване на етнографска работа и финансирането ѝ на ниво Европейски съюз са добре обобщени в доклада „Research Ethics in Ethnography/Anthropology“, достъпен на адрес: [https://ec.europa.eu/research/participants/data/ref/h2020/other/hi/ethics-guide-ethnog-anthrop\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/research/participants/data/ref/h2020/other/hi/ethics-guide-ethnog-anthrop_en.pdf) (последно посещение 31.12.2022 г.).

Предложените обучения извън аудиторията подпомагат по-доброто овладяване на методите и средствата на науката, улесняват преодоляването на културния шок, така че бъдещите професионалисти да бъдат достатъчно гъвкави, работейки с различни общности. Разнообразието от практически задачи повишава и задържа техния интерес към науката. Кулинарните ателиета са добро начало и основа, върху която да се надгражда в обучението на младежите.

Стъпка в търсенето на решения за обществени предизвикателства е тестването и адаптирането на изследователски методи, които предполагат активното участие на респондентите (*participant research methods*). По този начин хората сами (с много малко насочване) успяват да дефинират проблем, да намерят решение за него, а след това и да бъдат активни участници и да съдействат за реализацията на желаната промяна.<sup>27</sup>

### *Заклучение*

Етнографско изследване в условията на здравна, икономическа и социална криза в общности, които по различни признаци са изолирани, е предизвикателство. Динамичната ситуация на терен провокира интереса към разглеждането на храната в по-широки рамки, в които тя не е единствено белег за социално положение, етноконфесионален маркер или част от локалната идентичност.

От една страна, кризисната ситуация насочи вниманието към храненето от гледна точка на бедността — достъпност на храната, качество/количество на тази храна, нейното значение за задоволяването на първичния ни инстинкт за оцеляване. Появи се и нов изсле-

<sup>27</sup> Интересен е примерът на женската група за взаимопомощ в Харманли. След няколко свои срещи тя изведе на преден план като проблем това, че децата в квартала нямат къде да играят. С минимална външна подкрепа жените се организираха и внесоха подписка в Община Харманли за направата на детска площадка. Подкрепата, от която имаха нужда, беше минимална и свързана с редакция на официалните документи около подписката. След няколко месеца Общинският съвет взе решение за изграждането на детска площадка, а начинанието беше осъществено няколко месеца по-късно. След една година срещи на групата бяха набелязани и осъществени и няколко други успешни инициативи. Тази група жени се консолидира и към момента, две години по-късно, успява да се самоорганизира и да генерира нови идеи и дейности. Жените активизират свои съседи и познати за участие в нови обучения, срещи, общи празници — малки стъпки, които в дългосрочен план действат за подобряване на благосъстоянието на общността. Този процес има възможност да наблюдавам отстрани, от позицията на външен човек, чиято роля е да осигури подкрепа за групата, но има нужда от допълнително описание и анализ през научна методология.

дователски въпрос — дали има с какво да се нахраним и как/с какво се храним по време на криза? Това е проблем, валиден за всички нас, а не само за групи хора, живеещи в по-неблагоприятни икономически условия или в крайна бедност. Свързан е със съществуващи кулинарни традиции/норми, природни и икономически условия, както и с ресурсите, генерирани вътре в самата общност, за взаимопомощ и изработването на нови стратегии за оцеляване. Нужно е да се оцени степента на разбиране на връзката между храненето и здравето, както и да се обяснят понятията „пълноценно“ и „здравословно“ хранене. Прилагането на етноложки подход именно тук може да бъде много полезен. Темата винаги ще бъде актуална за собствено задълбочено интердисциплинарно проучване в областта на медицинската антропология. Това би било стъпка напред в подобряване на благосъстоянието на всички и инвестиция в грижа за здравето и превенция на социално-значими хронични заболявания и дентално здраве.

От друга страна, организирането на студентски училища доказва за пореден път на целия ни изследователски екип значението на инвестициите в следващите поколения етнологи. Те имат нужда от придобиването на повече практически опит, за да могат адекватно в различни ситуации да прилагат гъвкави подходи за по-добър контакт с хората и „влизане“ в общностите.

В момента (края на 2022 г.) на терен е нужно отново да бъде изградено доверие към „външния“. Хора за провеждане на беседи и групи се събират трудно, а се появи и нова тема, която допълнително дезинтегрира обществото — войната в Украйна. Пред етнологите остава задачата да съумеят да адаптират установените добри практики, отнасяйки се уважително към тревогите и страховете на своите респонденти. Обмяната на кулинарни практики, репрезентирането на различните култури през това, което слагат на масата си за хранене, е възможна пътека, по която да се срещнем с непознатите и да „заговорим“ на „общ език“. В тази ситуация е с изключителна важност да се намерят колкото може повече допирни точки с тези от нас, които не познаваме достатъчно добре. Храната и храненето се превръщат в споделено време, пространство и преживяване, в което е възможно да бъдат преодолявани ограничения, стереотипи, вътрешни съпротиви, за да стане възможно взаимното опознаване и научаване за отсрещния.

## Литература

**Пожарлиев, Р. 2013.** *Философия на храненето. Културно-исторически контексти*, София, УИ „Св. Климент Охридски“.

**Българска асоциация по семейно планиране и сексуално здраве. 2020.**

Здравно и сексуално образование в уязвими общности. Ръководство за групи за взаимопомощ, достъпно на адрес: [http://www.safesex.bg/images/PDF/merk\\_book\\_final.pdf](http://www.safesex.bg/images/PDF/merk_book_final.pdf) (последно влизане 31.12.2022).

**Garcia-Ramirez, M., Soto-Ponce, B., Albar-Marín, M.J., Parra-Casado, D.L., Popova, D., & Tomsa, R. 2020.** RoMoMatteR: Empowering Roma Girls' Mattering through Reproductive Justice. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(22), 84 – 98.

**Miranda, D. E., Zhelyazkova, L. & Sladkova, J. 2021.** A Photovoice Project for Ethnic Health Justice: Reflections from Roma Communities in Seville, Spain. *Global Journal of Community Psychology Practice*, 12(2), 1 – 17.

НАРЕДБА за условията и реда за прилагане на схеми за предоставяне на плодове и зеленчуци и на мляко и млечни продукти в учебните заведения – Схема „Училищен плод“ и Схема „Училищно мляко“, приета с Постановление на Министерски съвет през 2016 г. [https://www.mzh.government.bg/media/filer\\_public/2022/09/16/naredba\\_za\\_usloviata\\_i\\_reda\\_za\\_prilagane\\_na\\_skhemi\\_za\\_predostaviane\\_na\\_plodove\\_i\\_zelenchutsi\\_i\\_na\\_mliako\\_i\\_mlechni\\_produkti.pdf](https://www.mzh.government.bg/media/filer_public/2022/09/16/naredba_za_usloviata_i_reda_za_prilagane_na_skhemi_za_predostaviane_na_plodove_i_zelenchutsi_i_na_mliako_i_mlechni_produkti.pdf)

**Онлайн ресурси:**

„Да постигнеш Харвард не защото си ром!“ Интервю на Юлияна Методиева за „Маргиналия“ с Е. Трайкова, от 30. 12. 2015 г. <https://www.marginalia.bg/analizi/da-postignesh-harvard-ne-zashtoto-si-rom/>

Етичен кодекс на Американската Антропологична Асоциация, в сила от 1998 г. Достъпен на: <https://s3.amazonaws.com/rdcms-aaa/files/production/public/FileDownloads/pdfs/issues/policy-advocacy/upload/ethicscode.pdf>

Принципи на професионална отговорност на Американската антропологична асоциация: <https://www.americananthro.org/LearnAndTeach/Content.aspx?ItemNumber=22869> (последно посещение 31.12.2022 г.).

Research Ethics in Ethnography/Anthropology, [https://ec.europa.eu/research/participants/data/ref/h2020/other/hi/ethics-guide-ethnog-anthrop\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/research/participants/data/ref/h2020/other/hi/ethics-guide-ethnog-anthrop_en.pdf) (последно посещение 31.12.2022 г.)

Интернет адрес на СУ „Христо Ботев“, с. Долни Цибър, общ. Вълчедръм: <https://obu-hrbotev.com/index.php> (последно влизане 31.12.22)

Информация за програмата „Топъл обяд“ на БЧК [https://www.redcross.bg/activities/activities12/hotmeal\\_program/about\\_hotmeal](https://www.redcross.bg/activities/activities12/hotmeal_program/about_hotmeal)

Информация за „Програма за храни 2021 – 2017“, АСП на МТСП <https://asp.government.bg/bg/operativna-programa-za-hrani/operativna-programa-za-hrani-2021-2027-g/>

# ЗАНАЯТЧИЙСКО ПРОИЗВОДСТВО НА ХЛЯБ В МАЛКИ БЪЛГАРСКИ ГРАДОВЕ: ТРАДИЦИИ И НАСЛЕДСТВО В УСЛОВИЯТА НА СТОПАНСКА НЕСИГУРНОСТ

*Доц. д-р Иванка Петрова,  
Институт за етнология и фолклористика  
с Етнографски музей  
Българска академия на науките*

**Анотация:** Повишеното консумиране на натурални и биопродукти, което се вписва в концепцията за здравословно хранене, се забелязва в нарастващия интерес на потребителите в България към ръчно приготвен хляб, предлаган в малки занаятчийски пекарни. Използвайки подобни консуматорски нагласи, техните собственици твърдят, че чрез продуктите, които произвеждат и предлагат, се стремят да запълнят тази пазарна ниша. Те са открили, адаптирали и прилагат познати от миналото и от българската традиция хранителни технологии и средства за производство, които обявяват за „автентични“, „истински“ и „чисти“: напълно съобразени с изискванията на потребителите за производство и предлагане на здравословни хранителни продукти.

Статията представя и изследва културните подходи на дребни занаятчийски пекари от градовете Банско и Димитровград, чрез които биват легитимирани използваните традиционни технологии и практики за ръчното производство на хляб. Проследява се процесът на превръщането на ръчния хляб от бързооборотна стока за ежедневна консумация в културно остойностен продукт, снабден с минало и традиции и представян като част от културното наследство. Основна авторова теза е, че „възраждането“ и символичното остойностяване на декларираните „автентични“, „древни“ локални специализирани производства и хранителни технологии представляват опити за културна легитимация на труда и стратегии за икономическо оцеляване и стабилизиране на дребни предприемачи в малките градове в условия на несигурна и неблагоприятна икономическа среда в България.

**Ключови думи:** занаятчийско производство, ръчен хляб, традиционни технологии, наследство

**Abstract:** The increased consumption of natural and organic products, which fits in with the concept of healthy nutrition, is visible in the growing interest of consumers in Bulgaria in handmade bread offered in small artisan bakeries. Tapping into such consumer attitudes, their owners claim that through the products they produce and offer they aim to fill this niche of the market. They have discovered, adapted and applied food technologies and means of production familiar from the past and from Bulgarian tradition, which they declare to be „authentic“, „genuine“ and „pure“: fully in line with consumer demands for the production and supply of healthy food products.

The article presents and explores the cultural approaches of small artisan bakers from the towns of Bansko and Dimitrovgrad, through which the traditional technologies and practices used for the handmade bread production are legitimized. It traces the process of transforming handmade bread from a fast-moving commodity for everyday consumption into a culturally valuable product with a past and traditions and presented as a part of the cultural heritage. The author's main thesis is that the „revival“ and symbolic valorization of the declared „authentic“, „ancient“ local specialized production and food technologies represent attempts at cultural legitimization of labor and strategies for economic survival and stabilization of small entrepreneurs in small towns in an uncertain and unfavorable economic environment in Bulgaria.

**Keywords:** artisanal production, handmade bread, traditional technologies, heritage

### *Увод*

Увеличаващото се търсене и консумирането на натурални и био-продукти, които се вписват в концепцията за здравословно хранене, намират израз в нарастващия интерес на потребители в България към ръчно приготвен хляб, предлаган в малки занаятчийски пекарни, наричани също фурни. Използвайки подобни покупателни нагласи, собствениците на такива предприятия твърдят, че чрез своите продукти се стремят да запълват част от тази пазарна ниша. В резултат на изследванията ми от последните години установих, че дребни производители на ръчен хляб са открили, адаптирали и използват познати от миналото и от българската традиция хранителни технологии и средства за производство на хляб, които обявяват за „автентични“, „истински“ и „чисти“: напълно съобразени с изискванията на потребителите за производство и предлагане на здравословни хранителни продукти (Петрова 2017, Петрова 2017а).

В този текст ще изследвам културните подходи на дребни занаятчийски хлебопроизводители от два малки града, които те прилагат, за да представят в градските обществени среди използваните от тях традиционни технологии и практики за изработването на ръчен хляб. Ще проуча как с помощта на културни изразни средства пека-

рите изграждат образ на своята стока, в който умело съчетават качествата „домашно“, „традиционно“, „занаятчийско“ с характеристиките „екологично“ и „здравословно“. Друга изследователска задача е да установява как този образ се възприема от местните потребители. Чрез търсенето на отговори на поставените въпроси се стремя да проследя процеса на превръщане на ръчния хляб от бързооборотна стока за ежедневна консумация в културно остойностен продукт, снабден с минало и традиции и представян като част от културното наследство.

Моята хипотеза е, че „възраждането“ и символното остойностяване на декларираните за „автентични“ и „древни“ специализирани производства и хранителни технологии представляват опити за културна легитимация на труда, но и важни стратегии за икономическото оцеляване и стабилизиране на дребни предприемачи в малките градове в условия на несигурна и неблагоприятна за дребния бизнес икономическа среда в България.<sup>1</sup>

Извори за анализите ми са материали, които събрах в резултат на теренни етнографски изследвания в периода 2019 – 2021 г. в рамките на два научноизследователски проекта.<sup>2</sup> Ще представя резултати от моите проучвания на две градски хлебопекарни за производство и търговия с хляб и хлебни изделия: фамилна фурна „Изгрев“ в Димитровград и пекарна „Бански самунь“ в град Банско. Методиката включва провеждане на полуструктурирани интервюта с предприемачите, неформални разговори с тях и с някои от клиентите, етнографски наблюдения на трудовото всекидневие и на взаимодействията между производители и купувачи. Редовно проследявах публикациите на респондентите на фейсбук страниците на техните хлебопекарни, а също и техни участия в регионални медии. Провеждах наблюденията и интервютата в работно време в пекарните на моите респонденти, като времето за разговорите определях те, според заетостта си. Обикновено събеседванията ни бяха често прекъсвани от самите хлебопроизводители (поради необходимостта да извадят от фурната готовите изпечени хлябове и да сложат на тяхно място суровите), от пристигащи клиенти или от телефонни позвънявания.

Проучените хлебопекарни се намират в градски жилищни квартали; димитровградската е разположена в едноетажна постройка, изградена в началото на 80-те години на XX в. като междуучилищен цен-

<sup>1</sup> По-подробно за икономическите и социални условия за развитието на дребното предприемачество в България виж у Чавдарова 2014.

<sup>2</sup> Национална научна програма „Културно-историческо наследство, национална памет и обществено развитие“ 2019 – 2021 с финансовата подкрепа на МОН и „Антропология на несигурността. Приемственост и промени в периода на постсоциализма“ 2021 – 2023, финансиран от Фонд „Научни изследвания“.

тър за трудово-политехническо обучение, а банската заема партерния етаж на нова жилищна сграда. Освен ежедневно приготвяните хлябове и хлебни изделия, производителите изработват по поръчка обредни хлябове за сватби, кръщенета и помени. В пекарните са обособени две части: помещение за съхранение на суровините и приготвяне на хлебните изделия и търговска част непосредствено пред него. Ситуирани извън градския център, изследваните обекти разчитат предимно на редовната си клиентела и в по-малка степен на случайни посетители. Наблюдавах как много често пристигаха купувачи с автомобили от други части на града. Може да се твърди, че пекарните работят само за местния градски пазар. Двете предприятия са семейни: в димитровградската фурна освен брачната двойка, е заета на пълен работен ден и 22-годишната им дъщеря. В банската работят сестрата, която е управител, и по-малкият ѝ брат. Не избрах пекарните случайно, собствениците им са бивши ученици на пловдивския майстор пекар Георги, когото изследвах по-рано и благодарение на когото установих контакти с моите респонденти (Петрова 2017а, Петрова 2018).

Димитровградските предприемачи работят в продължение на 12 години като сезонни наемни работници в ресторантърската сфера в островната част на Гърция. Полагат труд съответно като готвач и сервитьорка, сближават се с италиански майстор пекар, който работи в същия ресторант, проявяват интерес към приготвянето на занаятчийски хляб в Гърция. След като вземат решение да се завърнат окончателно в България, те избират да започнат самостоятелен бизнес в сферата на хлебопроизводството в Димитровград, родното място на съпруга, установяват контакти и провеждат кратко обучение при пловдивския майстор Георги през 2017 г., посещават и други курсове за обучение, организирани в България.

Хлебопроизводителите от Банско отначало имат опит като дребни частни предприемачи в туристическия сектор в града. Сестрата решава да развива дейност в сферата на ръчното производство на хляб и се свързва с пловдивския пекар. Майстор Георги обучава младата жена в продължение на два месеца и чрез производствен франчайзинг ѝ дава правото да приготвя хляб и хлебни изделия, ползвайки предоставените ѝ от него стопански опит, „ноу-хау“ и търговска марка. Така професионалното обучение и последвалата самостоятелна дейност от занаятчийски тип се осъществяват чрез съвременната търговска концесия, каквато е франчайзингът. За своя учител респондентката от Банско споделя: *„Това е човекът, който откъсна от себе си и даде на мене, който не скри нищо и аз съм негов чирак“*. В пекарната сестрата отговаря за приготвянето на ръчния хляб, а нейният брат произвежда основно дребните хлебни изделия и помага при изпичането на хлябовете и продажбите.



За да рекламират своите продукти, респондентите разчитат на няколко канала, които могат да се класифицират като формални и неформални. Формалните канали са основно регионалните медии, за които предприемачите дават интервюта, както и регионални и национални панаири и фестивали на храни и на занаятчийски изделия, където производителите излагат, представят и продават стоките си. Като неформални рекламни канали бих определила фейсбук страниците на пекарните и ежедневната директна комуникация лице в лице с потребителите, осъществявана в пространството на пекарните. Моят интерес към дейността им и присъствието ми във фурните също бяха съзнателно инструментализирани от респондентите ми за реклама и за затвърждаване на авторитета им пред клиентите. Например те изтъкваха пред посетителите, че БАН и учените в София се интересуват от тях, искаха от мен публично да потвърждавам изказванията им за качествата на ръчния хляб и за „автентичността“ на технологиите за приготвянето му. Димитровградският хлебопекар използва посещението на майката на кмета на града в неговата пекарна, за да повиши социалния си престиж. Той ме запозна с нея, представяйки ми я като кметската майка, която харесва хлябовете им и е редовна тяхна клиентка, а мен представи като учен, специално командирован в Димитровград за изследване на неговата пекарна.

*Инструментализация на традицията: културната стойност на суровини, традиционни технологии и средства на труда*

Респондентите споделят убеждението, че „истинският“ хляб се приготвя само от вода, сол, закваска и брашно. Когато говорят на клиентите за тези обикновени съставки, те умело вплитат в разказите си обяснения и препратки, които да насочват вниманието на потребителите към представата за автентичност и за връзка с българската традиция. Предприемачите подчертават, че употребяват основно такива суровини, от които в миналото се е приготвял хлябът за всекидневна консумация в селските домакинства и в градските занаятчийски фурни. Това са типовото и пълнозърнестото пшенично, ръженото и царевичното брашно. Към тях производителите често добавят брашна от „древни“ култури като спелта и лимец. Особен акцент се поставя на произхода на брашното като една от основните съставки на хляба – респондентите твърдят, че работят главно с брашна от български производители, които лично познават, и че никога не купуват брашно с неясен произход и качество. Често това се обяснява и на купувачите. *„Материалите, суровините, които използваме в хляба, ние строго ги селектираме“*, подчерта в интервюто един от хлебопроизводителите.

Респондентката от Банско заяви: *„Аз не правя и най-малкия компромис със суровината. Брашната и другите ми продукти трябва да са качествени и истински“*.

Моите събеседници представят доверието към доставчика като пряко обвързано с качествата на предлаганата от него стока. По този начин, според тях, се осигуряват подобрени, пресни и лишени от „вредни“ добавки суровини, напълно различни от такива, каквито се съдържали в масово предлаганите брашна в търговската мрежа. Важен акцент в разговорите с купувачите е категоричното отхвърляне на употребата на всякакви добавки при производството на хляба – ензими, консерванти, набухватели. Един от респондентите разказа как скоро след откриването на пекарната са го „налазили“ дистрибутори на хранителни консерванти и стабилизатори и колко трудно е успял да ги откаже да му предлагат този вид стоки. Освен че не съответстват на автентичността на домашно приготвения и на занаятчийския хляб, тъй като не са били използвани нито в селските домакинства, нито в занаятчийските фурни в миналото, такива индустриални добавки се обясняват от производителите и като несъвместими с изискванията за здравословно хранене.

Като друга отличителна особеност на работата си пекарите изтъкват прилагането на „стари знания“ при подготовката на своите суровини. Това им дава основание да сравняват своя труд с работата на занаятчиите хлебари в миналото, оценявана от тях като автентична: *„Ние не работим с готови смеси за хляб, ние сами си правим смеските, сами си избираме брашната, сами ги смесваме брашната. Така, както са правели навремето занаятчиите пекари. Сами избираме материалите, като се почне от водата до солта, в буквалния смисъл на думата“*. На въпроса ми откога могат да датират тези стари знания, респондентите посочваха първата половина на XX век, предсоциалистическото минало, когато са работили занаятчийските фурни в градовете и ежедневно са предлагали пресен хляб на гражданите.

Като здравословни и екологични респондентите определят използваните „традиционни“ технологии за производството на занаятчийски хляб – такива са меленето на брашно в каменни мелници, приготвянето, съхраняването и употребата на „жива“ закваска, ръчното замесване на хляба и дългата ферментация на тестото. Димитровградският респондент обясняваше на свой клиент: *„технологията ни е каквато е била преди 100 години“*, след което изтъкна, че приготвя *„истински хляб по древна рецепта“*. В случая старото знание и технология се схващат не като изостанали, а напротив, придава им се висока стойност. В разговора с мен респондентката от Банско изтъкна подобни аргументи за ценността на старите знания и практики: *„Какви са ни технологиите, същите са като тези преди да започне работата на ма-*

*шините, на електрическите бъркалки и месачки. Оттогава хлябът е станал друг, а пък ние се обръщаме към стария хляб“.*

В разговорите с потребители респондентите обръщат голямо внимание и поставят особен акцент върху „живата“ закваска, наричана още „квас“ или „дива квас“. Те например обясняват, че замесването на хляба с такава закваска се е практикувало от векове. Характерна за приготвянето на хляб в традиционния български дом и за работата на занаятчиите пекари в миналото, тази негова традиционна съставка, според съвременните производители, е изключително важна, тя не само отличава техните продукти от индустриалните стоки, но и гарантира здравословното им въздействие. На нейното приготвяне, съхранение и употреба предприемачите отделят изключително голямо внимание и много време. *„Ние не крием, че основата за всеки хляб е добрата закваска, това е живата закваска, която сами правим в пекарната“*, споделя димитровградската респондентка. Хлебопроизводителката от Банско обясни на своя клиентка: *„Работя с квас, която аз я гледам, която има една майчица като мене. И всяко едно дете, извадено от нея, дава един хляб“*. Събеседниците твърдят, че им е отнело доста време да успеят да усвоят традиционната технология на приготвяне на хляб с „жива“ закваска. Често заявяват пред потребителите, че чрез прилагането на тази технология са възродили „старото забравено знание“.

Друга традиционна технология, ръчното месене на хляба, която изисква значително време и усилия, също бива високо оценявана от пекарите в комуникацията с клиенти и в интервютата. Димитровградският респондент разказа: *„Самото приготвяне на хляба, то за нас е удоволствие. Тук ние всичко месим на ръка, ръчно производство, както се казва. И всичкото ни тесто втасва естествено и затова цялото ни производство е трудоемко. Всичко при нас се прави по начина, по който са го правили бабите и дядовците ни. Разбира се, когато се правят големи количества хляб, така както месим тук, понякога е изморяващо“*. Трудоемкото и времеемко ръчно приготвяне на хляба в разговорите и интервютата придобива характеристиките на удовлетворяващ професионален труд, снабден с разкази за минало и традиции. По този начин се осъществява културната легитимация на труда на предприемачите.

Освен че насочват към ценността на традиционните знания и практики, хлебопекарите подчертават увереността си в здравословното въздействие на ръчния хляб върху организма. Димитровградската респондентка обясни основната полза от консумацията на ръчно произведения хляб така: *„Стомахът започва да работи. На голяма част от хората стомасите им не работят изобщо, защото консумират изключително такива фабрично произведени храни“*. Хлебопроизводителката от Банско разказа в интервютото емоционална история за заболяването на сина си, за чието успешно лечение, според нея, е оказало

влияние ежедневната диета с приготвяния от нея ръчен хляб у дома, и за последвалото решение от нейна страна: *„Казах на моя съпруг, че аз искам да правя здравословен хляб, който да не е само за моето дете, а да е за всички“*. Тази история е позната на клиентите на пекарната, тя е била разказвана многократно от моята респондентка на посетителите. Събеседниците споделяха случаи с техни клиенти, на които консумацията на ръчно приготвения хляб влияела добре върху храносмилателната система. Като своеобразна културна легитимация на полагания труд и на произведените в пекарните хлябове бих оценила изявлението: *„За нас хлябът, който е направен на ръка, правилно, с добре подбрани суровини, всичкият е здравословен, включително и белият, който казват, че бил вреден“*.

В „правилното“ производство, освен суровини и технологии, респондентите включват употребата на съответните средства на труда, които според тях също допринасят за осигуряване на добрите качества на ръчния хляб. Повечето от тези средства са добре познати от приготвянето на хляб в миналото, в домакинствата и в занаятчийските фурни: дървени съдове за замесване и втасване на тестото, дървени лопати, текстилни кърпи за покриване на тестото и хляба, каменни пещи, нагривани на дърва. С изключение на последните, заменени от съвременни електрически фурни, другите средства на труда, използвани в двете пекарни, са модерни варианти на споменатите стари средства и биват оценявани с оглед производството на „автентичен“ хляб. В разговорите пекарите изтъкваха добрите качества на дървените съдове и работни плотове, като насочваха отново към старите практики в миналото: *„Дървото е естественият материал и като такъв е най-подходящият за хляба. На дървената маса се работи, така винаги е било при занаятчиите хлебари, дървото не отнема топлината от тестото“*. Освен с придържане към традиция и автентичност, пекарите аргументираха и със собствения си добър опит в употребата на естествения дървен материал, който благоприятствал подготовката на продукта и крайната фаза преди продажбата — охлаждането на горещия хляб: *„Навремето са го слагали занаятчиите на дървени дъски, оттам на лопатата и вътре в печката. И ние подхождаме така. Като се опекаат, видим на дървени решетки хлябовете, това е по-добре, за да изстиват бавно“*.

Моите събеседници ценят високо употребата на дървени панерчета за втасване на хлябовете, купени на доста висока цена. Обяснението е: *„Те са най-добрите, естествен материал са“*. Респондентите приписват голяма роля на текстилните кърпи в процеса на втасване на тестото и при съхранението на готовия хляб. *„Няма по-добри от нормалните кърпи от плат“*, подчертава димитровградският пекар. От една страна, хлебопроизводителите ги оценяват откъм ка-

чествата, които притежават като естествен материал и чрез които се гарантира доброто приготвяне на продукта. Според респондента от Банско, *„тия кърпи не развиват плесен, в тях хлябовете втасват и те са като бариера, задържат влагата, за да не се изсушават“*. От друга страна, събеседниците обръщат внимание на ценността на старите практики за дълго съхранение на хляба, познати от традиционната култура, които те умело поставят в контекста на здравословното хранене. В тази връзка респондентът от Димитровград обясни: *„Взимаме традициите на времето. Значи един такъв домашен ръчен хляб се съхранява може би месец, може да изсъхне, но трябва правилно да се съхранява. Навремето нашите деди са го съхранявали в месали, в кърпи, нямало е найлони, нито пластмасови кутии. Най-важното е никакви найлони! Аз съм противник на найлоните. Един обикновен шкаф, един месал, хартия, поест природно“*.

### *Превръщане на ръчно произведения хляб в луксозно изделие*

Освен че обясняват и остойностяват своето производство с мощта на категории като автентичност, традиционност, старинност и го вписват в концепциите на здравословното хранене, изследваните пекари често представят стоките си като бутикови, елитарни. Целта на такъв вид културни презентации е да се придаде допълнителна стойност на хляба, като се изведе тази стока на още по-високо ниво. Например хлебопроизводителят от Банско описа подробно уникалността на продуктите, приготвяни в пекарната, съпоставяйки ги с масово произвежданите хлябове: *„Нашият хляб не може и не трябва да го сравнявате със заводския. Това са две коренно различни категории, а те и цените им не са сравними. Нашето е нещо луксозно, нашите хлябове не са масовата стока, която струва примерно един-два лева. Те са за тези, които си ценят здравето и това е една друга категория хляб. Клиентите са го разбрали и те затова идват тука и си купуват от нашия хляб“*.

При наблюденията си установих, че често ръчният хляб се представя като приготвен сякаш точно за потребностите и изискванията на клиентите, които добре се познават от пекарите. *„Искам всеки да се почувства специален като яде от моя хляб, ръчен хляб с квас, която аз си я гледам“*, обясни респондентката от Банско. Тя дори не използва класификацията клиенти („Грозно е да кажеш клиенти“), а говори за тях като за почитатели на нейните продукти, някои от които поръчват за следващия ден хляб според личните си предпочитания: *„Обаждат ми се или идват и казват: „[обръщение към собственичката с лично-то ѝ име – бел. И. П.], за утре може ли такъв хляб да ми направя?“ Каквото искат и аз това ще им направя“*. Изказването на респондентката трябва да покаже, че в процеса на производството и търговията

в нейната пекарна няма място за анонимни взаимоотношения, каквито са установени в рамките на пазара и масовото производство на блага. За общуването във фурната става характерно сближаването между потребител и производител, като на мястото на анонимността се утвърждават персоналните контакти. Относно социалния и възрастовия състав на своите регулярни купувачи, същата събеседничка заяви: *„Оцениха го хляба и най-много ме радва, не говоря само за младежта, за по-младите ми почитатели с възможности, и те са важни, тяхното мнение също, но имам и пенсионери, които ми пълнят душата като дойдат и кажат: „Е, искам да си купя един... истински хлеб“.*

При теренните си изследвания в двете пекарните аз успях да установя близки междуличностни отношения между потребители и производители: редовните купувачи познаваха продуктите, а производителите познаваха вкусовете им и често си позволяваха да препоръчват хляб от предлагания за този ден асортимент. Димитровградският респондент разказа: *„Нашите редовни клиенти, първо аз ги знам лично по имена, знам какво работят и знам всеки един от тяхното семейство какъв хляб обича. И това е много удовлетворяващо, като влезе твой клиент, ти знаеш вече какъв хляб иска и даже няма смисъл да му казваш какви са хлябовете, нали“.* Респондентите полагат доста усилия при комуникацията с потребителите, считайки, че изградените добри взаимоотношения са от важно значение за икономическите резултати на предприятието. Ежедневно реализиращата се връзка между гарантираните като качество и произход суровини, производството на продукта в пекарните и консумирането му, трябва да утвърди потребление на „бутикова“ стока, което е обогатено с история и с преживяване и е твърде различно от физиологичното задоволяване на потребностите. Установих, че тези опити на пекарите засега са успешни и много от клиентите от своя страна активно ги подкрепят, най-вече поради потребността от лични взаимоотношения с производителя и поради интереса им към различен вид преживяване, свързано с консумацията на уникални и с високо качество храни.

Показателно за допълнителното остойностяване на ръчния хляб като луксозно изделие е неговото включване в практиките на даряването от някои клиенти. За такива случаи разказа събеседникът от Димитровград: *„А и напоследък все по-често започнаха да купуват хляб от нашия за подарък, като ходят на гости. Даже по два купуват да подаряват“.* Той подчерта, че ръчният хляб се подарявал от клиентите му дори за рождени дни, понякога вместо цветя. Самите хлебопекари също подаряват от своя хляб. Правят го понякога в края на работния ден, ако има останал непродаден хляб и видят беден човек на улицата близо до пекарната им. Всеки от моите респонденти ми подаряваше по един или няколко хляба, когато се сбогувахме — схващам го като

израз на уважение и благодарност за вниманието, което им бях оказала с интереса си към тях.

Остойносттаването на ръчния хляб като уникална стока се извършва и посредством подчертаване от страна на производители и купувачи на силното въздействие на този продукт върху сетивата: вкус, обоняние, осезание, зрение. Според димитровградската респондентка, *„в хляба ни човек се влюбва от първата хапка още“*. Тя обясни, че в пекарната идват хора от други райони на града, които помнели вкуса на хляба *„от едно време“* и искали да си купят такъв. Наистина повечето възрастни клиенти отбелязваха отличните вкусови качества на ръчния хляб, които им напомняли детските години и предизвиквали носталгични чувства. Един по-млад клиент пък възкликна: *„Няма другаде такъв хляб, толкова вкусен“*. По този начин потребителите потвърждават високата стойност на продукта, така както се опитват да я представят пекарите.

Банската респондентка обясни за знаковата роля на аромата на прясно изпечения хляб: *„Те и старите, и новите клиенти ни откриват по миризмата. Казват, по аромата се ориентирахме. По миризмата ни разбират и веднага идват при хляба... Като са дошли при мене, просто ги е върнало в детството, когато техните баби са правили такъв истински хляб с аромат, с вкус, с всичко“*.

„Бутиковите“ хлябове трябва да въздействат и върху друг вид сетиво, осезанието, и с тази цел пекарите се стремят предлаганите от тях продукти винаги да са меки и топли. Красивите форми и украсата на хлябовете, в която влагат умение и търпение, пряко влияят върху зрителните възприятия на купувачите. Една клиентка на банската пекарна ми каза: *„Избирам този хляб, защото шарките по него ми напомнят за традиционната престилка на банската носия. Тук я наричаме прескутник“*. Примерите показват как се правят успешни опити да бъдат включвани и други рецепторни възприятия в утвърждаването на образа на уникалната елитарна стока.

### **Заклучение**

Германският изследовател Маркус Таушек отбелязва, че в настоящето се среща многостранно използване на миналото, което бива високо оценявано, а традиционните знания и практики се отнасят към ресурсите, определяни като значими (Tauschek 2013: 12). Моите изследвания показват как такова инструментализиране се извършва в рамките на дребния бизнес като част от един успешно развиващ се отрасъл в България – производството на хляб и хлебни изделия в занаятчийски пекарни. Много важно за стопанското оцеляване на малките производители на ръчен хляб при конкуренцията на едри-

те икономически субекти се оказва културното остойностяване на тази бързооборотна стока, която се превръща в културен продукт с добавена икономическа стойност. Дребните предприемачи правят ежедневни опити и влагат усилия да изградят и представят пред потребителите един образ на ръчно произведения хляб като завърнал се от идеализираното минало стойностен и качествен продукт. До голяма степен моите респонденти успяват да конструират такъв образ на хляба като културна ценност и да представят начините на неговото производство като социални действия, показващи „завръщането на традициите“.

Нарастващото влияние на екологичните и ориентирани към здравословно хранене движения у нас и свързаните с тях предпочитания на български потребители към пресни, вкусни, изготвени от познати производители храни също повлияват върху практиките на производителите на ръчен хляб. Ежедневното приготвяне на един хранителен продукт, познато от българската традиция, се издига до нивото на все по-високо ценените в обществото нагласи за здравословен начин на живот. В изследваните от мен случаи старото традиционно знание за производството на хляб става синоним на чисто, природосъобразно, екологично. Технологии, суровини и средства на труда, използвани в предишни периоди при други социални и икономически условия, се обявяват от респондентите за „истински“, „автентични“ и придобиват характеристиките на здравословни в контекста на повишения интерес към природосъобразното хранене. Бих определила тези подходи като част от културния капитал на предприемачите. Традиционните знания и умения за производство на хляб получават нова стойност, те вече служат за подобряване качеството на живот и придобиват ново значение – социална репрезентация на професионалната дейност на пекарите.

Културното остойностяване, твърди американската изследователка Барбара Киршенблат, върви успоредно с пазарното, добавянето на културни качества или свойства притежава също и икономически измерения (Kirshenblatt-Gimblett 2006: 198). Тези твърдения напълно съответстват на представените от мен случаи, в които дребните предприемачи съумяват да остойностят своя труд и произведенияте стоки посредством културни подходи и така да намерят начин за икономическо стабилизиране в настоящите стопански условия в България. Наблюдаваните практики се явяват рационален отговор с разполагаеми културни средства на конкретни потребителски изисквания спрямо здравословното хранене и на ограниченията пред дребния бизнес.



## Литература

- Петрова, Ив. 2017.** Традиционни продукти и технологии в контекста на здравословното хранене, *Арнаудов сборник*, том 10, от Арнаудови четения 2017 г., Русе, ЛЕНИ-АН, 123 – 131.
- Петрова, Ив. 2017а.** Икономиката среща традицията. Конструирание и употреба на културно наследство в стопански контекст. – *Български фолклор*, кн. 2, 231 – 246.
- Петрова, Ив. 2018.** Институционални рамки и регулации в хлебарството – реакциите на производителите, **Петров, П., Ив. Петрова (ред.),** *Агрокултурни трансформации в условията на европеизация и глобализация*, София, ИК „Гутенберг“, 149 – 168.
- Чавдарова, Т. 2014.** *Социална вграденост на дребното предприемачество*, София, УИ „Св. Климент Охридски“.
- Kirshenblatt-Gimblett, B. 2006.** World Heritage and Cultural Economics, In: **Museum Frictions. Public Cultures/Global Transformations.** Ed. Ivan Karp et al., Durham, Duke University Press, 161 – 202.
- Tauschek, M. 2013.** *Kulturerbe. Eine Einführung*, Berlin, Reimer.

## ТРАДИЦИОННАТА БЪЛГАРСКА КУХНЯ В „ПОКАЗАЛЕЦА“ НА РАКОВСКИ

*Доц. д-р Илия Илиев,  
катедра „Етнология“, Исторически факултет,  
СУ „Св. Климент Охридски“*

*„Стопанката сутрин рано,  
преди да тръгне мъжът ѝ на нивата,  
му приготвя пресята пита,  
печена кокошка и бъклиця вино“ (Раковски 1988: 62)*

**Анотация:** Статията разглежда подхода на Г. С. Раковски при представяне на националната българска кухня. Простотата на приготвяне и сравнително скромния набор от продукти той приравнява към естествено, природно състояние. Уникалността той търси не в съставките и техниките на готвене, а в българската природа. Характерното за тогавашна Европа деление между висока и ниска кухня той замества с делението мъжко/женско готвене, като първото е публично и престижно, а второто домашно. Във втората част на статията показвам как опозицията мъжко/женско е използвана от Раковски, за да изведе женски персонажи от домашния и публичния свят.

**Ключови думи:** Раковски, кухня, джендър, природа, публична сфера.

**Abstract:** the article discusses approach of Rakovski in presenting the national Bulgarian cuisine. He equates the simplicity of preparation and the relatively modest range of products to a natural state. He looks for uniqueness not in the ingredients and cooking techniques, but in Bulgarian nature. He replaced the division between high and low cuisine typical of Europe at the time with the division of male/female cooking, the former being public and prestigious, and the latter domestic. In the second part of the article, I show how the male/female opposition is used by Rakovski to bring female characters out of the domestic and into the public world.

**Keywords:** Rakovski, cuisine, gender, nature, public sphere

„Показалецът“ е първият систематичен опит българската кухня да бъде показана пред изграждащата се национална и пред чужда читателска публика. Тогава за пръв път стават ясни и някои от най-съществените предизвикателства за подобно представяне. Затова може би ще бъде полезно да видим някои основни тенденции, възникналите структурни противоречия и начина, по който Раковски ги решава. Част от тези противоречия, както и предложените решения, намираме и в по-късни опити всекидневните готварски практики в България да бъдат институционализирани в национална или локална кухня.

В първата част на статията се придържам към кулинарната проблематика в тесния смисъл на думата, като показвам как Раковски превръща простотата на българската кухня в предимство, приравнявайки я към близост до природата и естественост, а вместо в продуктите, съставките и начина на приготвяне, оригиналността ѝ се търси в уникалната българска природа. Във втората част показвам как Раковски заменя характерното за съвременните му европейски кулинарни системи деление на „висока“, елитарна кухня и ниска, всекидневна, характерна за по-скромните класи, с въвеждането на мъжката кухня като престижна в опозиция на всекидневното женско готвене. Накрая ще покажа как той използва сходно решение, когато се опитва да изгради образа на една жена-хайдутка, придавайки ѝ мъжки характеристики, за да я въведе в публичния свят на националното и героичното.

### *В началото беше хлябът*

Български и чужди изследователи са единодушни, че хлябът стои в основата на традиционната ни кухня и като насъщна храна, и като ключов компонент от представите за света и човека (Янева 1989, Петрова 2021, Neuburger 2022), като българската култура не е уникална в това отношение (сравни Пожарлиев 2013: 268 – 283).

В „Показалеца“ като основна храна също е посочен хлябът и то приготвян по една от най-простите техники, добре позната и на по-късните етнографи.

*„Българите се хранят общо-взето с проста и несмесена храна, водени от самата природа и ядат повече хляб, отколкото гозба. А хляб се меси по следния начин. Един е наречен пресанчан, т.е. пресен без квас, а него месят: пресяват брашно в ношви или копани в тънко сито и като го струпат на купче, изровят по средата му трапче и наливат топла вода, турят солта, разбъркват го с ръце и омесват тесто, което разплескват в кръг и правят пита. Тази пита заравят в горещо огнище, като угасят пламъка първо с плосък ръжен и го примесват с пепел. После, като постои малко в огъня, махат въгленчетата с ръже-*

*на, за да не прегори и като се запече, обръщат го и от другата страна, докато се изпече. После го изваждат и като го избършат от пепелта, остъргват го с огрибка по края, където е загорял и го забиват в месал, за да си откъдне. Този хляб е много вкусен и питателен и селяните обичат да го ядат почти винаги топъл. Селянките за няколко минути месат и изпичат такъв хляб“ (Раковски 1988: 50).*

Техниката действително е съвсем проста и като съставки (брашно, сол, вода), и като начин на приготвяне (бързо омесване), и като инвентар — огнище. Това не е типичната храна, с която да бъде представена една престижна кухня в средата на XIX век, когато поне в Европа доминира делението между висока и ниска кухня, като първата е сложна, уникална, свързвана с елитите, обект на специализирано познание и източник на престиж, а втората — с обикновеното всекидневно засищане, което не заслужава специално внимание (Goody 1982).

В този пасаж виждаме и решението, предлагано от Раковски — простотата на българската кухня той превръща в предимство и наближава на природното, естественото, приравнявайки простотата към естественост — проста храна, чието приготвяне е „водено от самата природа“. Близостта до природата е престижна категория в европейската култура поне от средата на XVIII век, но все пак тезата на Раковски надали би издържала сериозна критика — нито готвенето е природен процес, нито пък може автоматично да бъде прокарано равенство между простота и естественост, но „Показалецът“ е текст, предназначен да представи българската култура в най-добра светлина.

По-нататък Раковски отново и отново приравнява простотата на българската кухня към естественост, като това важи и за престижни за европейската кулинария елементи като дивеча. *„Някои си българи, а най-паче живеещи около планини, обичат твърде много ловитбата и ходят зиме най-паче на лов за елени, кошути, диви прасета и зайци. От летящите стрелят дропли, диви патки, яребици (тях обикновено ги ловят с примки и клетки), гълъби и прочее. Тях все без измудрени прехитрости приготвяват несъставно в гозбите си“ (Раковски 1988: 52).*

И не на последно място, простотата и близостта до природата той намира и в сравнително неочаквани места като масовия процес на приготвяне на алкохол. *„Българите не хитруват много-много във виноделието си, не слагат разни отровни вещества в него, докато ферментира, а като го налеят, чакат го да приври от само себе си, преточват го веднъж и го оставят да си презимува“ (Раковски 1988: 79).*

Хляб, вино, дивеч — различни елементи от българската кухня, свързвани и с всекидневното засищане, и с празничната консумация на алкохол, и с лова, занимание престижно и аристократично, или

поне изискващо мъжка сила и ловкост — всички те са представени от Раковски като максимално доближаващи се до природата.

### *Простота и природа*

Природата е сложна категория в мисленето на Раковски. От една страна, той я свързва с изначалното състояние на човечеството като цяло и на българите в частност, на човечеството преди Грехопадението, а на българите — преди падането под робство. Изследователи на Раковски са отбелязали прекалената идеализация на порядките в старото българско царство, където всички са благородници, няма роби, данъците са символични, царете са избирани и в мирно време орат на нивите си, докато цариците предат и тъкат, а науките, изкуствата, търговията и техниката процъфтяват (Арнаудов 1969: 155 – 156; Трайков 1974: 499, Христов 1964: 175).

От друга страна той ясно разграничава престижното „природно“ или „естествено“ състояние от „дивото“, като обикновено свързва това с предполагаемо нецивилизованите нрави на нашите съседи. *„Забележително е, че в България селяните като цяло ядат хляб, а не мамалига, както в други съседни народи... Мамалигата назовават диваник, т.е. ястие, което ядат дивите хора“* (Раковски 1988: 50). По сходен начин той извежда етимологията на съседите-елини от елени, диви горски животни, които блуждаят край обитаваните от хората места (Раковски 1988).

Успоредно с престижната универсална природа, свързвана с естественото състояние на хората и с не толкова уважаваната природна дивотия, в „Показалеца“ се появява и трети тип природа — конкретно българската, като тя помага на Раковски да реши едно логическо затруднение, а именно как да опише българската кухня като уникална. В крайна сметка, след като компонентите са възможно най-прости, а начинът на приготвянето им неусложнен и естествен, тогава къде може да търсим уникалността на българската кухня?

Решението, намерено от Раковски, е да смени мащаба — от природата по принцип, която е универсална категория и в това си качество присъстваща по еднакъв начин навсякъде по света, да се премине към конкретно българската природа, която е неповторима и е обвързана със специфичната българска история и география. Локалното се превръща в уникално, като колкото по-изолирано бива то, толкова по-голяма е неговата ценност. Това важи не само за природата, но и за хората.

*„Наша реч се отnosi повеч обитаящим в градищам българъм, помесеним с турци и гърци; понеже тии са изменили много от прадедни наши обичаи и обреди и почнали са да земат съвсем други! Ми в настоящее наше изложение щем се постара да опишем български селски живот, доколко е нам познато. Тии българи живеят драголюбно между*

*си и съхранили са почти първобитно начертание старата живота...“* (Раковски 1988: 45). Там *„странна зараза и развратност не е можала йоще да проникне“* (Раковски 1988б: 213).

За да обозначи мистичния процес, при който се съчетават местната природа, местните продукти и местните хора, Раковски използва метафората „сирище“. Сирището е парче от стомаха на преживните животни, което съдържа ензими, позволяващи млякото да бъде преобразувано в нещо различно, да придобие нова форма, консистенция и вкус.

*„Един българин се образувал в странство и като се завърнал да посети отечеството си и майка си, майка му, за да го зарадва, изпекла му пита чушник. Като седнали да ядат, възпитаният българин като видял чушки изпечени в тесто, извикал „майко, недей да ядеш, че ще умреш!“, а майка му отговорила „ах, синко, аз съм те от малък все с чушник хранила и не си умрял, а сега като си станал голям мъж, нищо не ти става! Яж, синко, това е българско ястие. Не бой се, няма да умреш, твоето сирище е от това“* (Раковски 1988: 52).

Местната храна връща българина, променен от живота в чужбина, обратно към първоначалното му състояние. Възможно е тази мистична връзка между родно място и местна храна да е представлявала част от медицински теории, битуващи в Османската империя в средата на XIX век. В своята автобиография Димитър Маринов разказва, че дължи живота си на съвета на мъдър лекар. Като студент в Цариград се разболял тежко от туберкулоза и когато загубил всякаква надежда, старият лечител го посъветвал да се върне в родното си място и да яде храна, каквато е яла неговата майка, когато го е кърмила. Това връщане към съчетанието от родно място и родна храна спасило и бъдещия етнограф, който се възстановил по чудодееен начин (Маринов 2004: 89).

През XXI век Мелиса Калдуел анализира подобна идеология, която свързва местната природа и местните условия с местна уникалност, като самият процес на отглеждането и консумирането на продуктите води до преплитане на природа и социум в човешкото тяло, като обозначава това с термина „бионационализъм“ (Caldwell 2016). Концепциите на Раковски предшества тези съвременни потребителски идеологии с повече от век и половина.

### *Опозицията мъжко/женско като инструмент*

Въпреки елегантните и оригинални решения, които предлага Раковски, за да представи българската кухня по достоен начин, проблемът с разликата между висока и ниска кухня остава. Европейската култура през този период налага това разграничаване и очаква да го

срещне във всяка кухня, която претендира да се причисли към нейното престижно семейство. Раковски предлага няколко възможни решения.

В някои случаи той дава простор на въображението си:

*„А някои си богати българи оставят по няколко бъчви пълни с вино във и зиме, като замръзват, пробиват дъното със свредел и източват сърцето на виното. После го наливат в бъчонки, които засмоляват и запечатват добре, слагат вътре и по малко захар и по няколко капки ром. Тези бъчонки заравят зиме в слама в зимниците си, а пролет в пясък. Това е българското шампанско, което превъзхожда европейското“* (Раковски 1988: 79).

Не успях да намеря описание на подобни практики в познатата ми етнографска литература, нито пък по време на кратки теренни проучвания в Котел или региона. Целта на Раковски в случая очевидно е не толкова да опише достоверно напитките на българите, колкото да настоява, че те не отстъпват по нищо на най-престижните европейски съответствия. Пак с европейските той сравнява и българските техники за приготвяне на месни продукти.

*„Също от свинско месо правят си наденици и луканки, които наричат баби и дънки, солена сушена и пушена сланина, а най-вече онова сухо и крехко месо, което вадят от края на гръбнака от двете страни на закланото животно и го наричат рибици, сушат го и го опушват, както и свински бутове, които не са по-лоши на вкус от френските жамбони и сосисони.“* (Раковски 1988: 51)

Жамбони, сосисони, шампанско – това не са термини от българското всекидневие. За разлика от типичните похвати за конструиране на национална кухня, при които постоянно се изтъква разликата с това, което е смятано за чуждо (Ichijo and Ranta 2016: 11), в случая Раковски търси престижни сравнения и сходства. Но разказът за подобни сравнително луксозни продукти, достъпни само за заможните българи, сам по себе си създава проблеми. За идеолозите на българския национализъм преди Освобождението е важно да конструират българския народ като едно цяло, а не вътрешно разделен на класи, затова подобно решение трудно може да бъде прокарвано систематично и ние почти не го срещаме по-нататък в „Показалеца“ не само по отношение на кухнята, но и на другите елементи от българската традиционна култура. За момент Раковски експериментира с друго решение – на мястото на висшата кухня се появява празничното готвене за многолюдни семейства:

*„Печеното готвят обикновено по следния начин. Ако е голямо семейство и имат собат (съ-обед) нещо си, пече се цяло агне или овен или даже цяло теле. Агнето, овенът или телето се пекат на ръжен*

*или в пещ на продълговато медно или желязно блюдо, което наричат дълго блюдо, както и пуйки, гъски, патки и кокошки. А от дробовете им варят вкусен кисел сок (чорба). По същия начин некат и прасета обикновено през зимата“ (Раковски 1988: 51).*

Задружните многолюдни семейства, където всички живеят в мир, любов и относително охолство, са описвани и от други български етнографи през XIX век. Те се вписват в идеологията на българското Възраждане, но по-късни изследователи убедително показват механизмите за тяхното идеализиране, както и рисковете от прекомерното доверяване на подобни разкази (Kassabova-Dintcheva 2002: 57 – 132). Ако се придържаме към темата за кухнята, е очевидно, че цитираните от Раковски практики не се потвърждават от класическата българска етнографска литература. Не съм срещал нито като описания, нито като музейни експонати дълги медни или желязни блюда, способни да поберат цяло теле. Масовата селска архитектура от XIX век също не предлага пещи, където да се опече толкова едро животно. Стандартът е по-скоро огнище, където се приготвя скромната питка, спомената в началото на статията. Това е известно на четящата българска публика и авторът на „Показалеца“ не може да си позволи прекомерно да развива нишката с мащабните пиршества, в които се впускат българските семейства.

Вместо това той поема по друг път и на мястото на опозицията елитарно/обикновено готвене, се появява делението мъжко/женско готвене, като мъжкото заема мястото на елитарното. Мъжкото готвене не се отличава със сложност и е фокусирано върху месото. „Но българите въобще предпочитат печеното месо пред всяко друго ястие“ (Раковски 1988: 51), отбелязва Раковски. Печенето на ръжен не е висока кухня, но е мъжка работа, храна за юнаци, то е познато като практика и на българската четяща публика и може да се постави в центъра на престижната част от българското готвене. Опозицията мъжко/женско като оператор, позволяващ да се разграничи затворения свят на дома и семейството от публичния, е позната и в други балкански (Campbell 1964) и средиземноморски (Peristiany 1965, Gilmore 1987) култури. Класическата монография на Кембъл за света на каракачаните показва как тази опозиция изгражда два различни полюса, всеки със своите ценности, правила и ритуали, като женският свят е подчинен на „срама“ или срамежливостта — той трябва да остане свенливо скрит от външния поглед и е по-важно спазването на забраните, докато мъжкият свят на „честта“ е съзнателно открит, демонстриращ пред близки и далечни зрители активността и енергията на неговите обитатели. Там забраните нямат особено значение и както посочва Херцфелд (1985), на Балканите добър мъж не означава добродушен.



### Мъжкото като публично

Опозицията мъжко/женско е използвана от Раковски като инструмент, за да извлеча от затворения свят на семейството важни за него елементи и да ги вкарва в публично обращение. За да проследим хода на неговата мисъл, ще покажа как той постъпва по сходен начин с един женски образ.

По начало текстовете на Раковски са обитавани предимно от мъже — български царе и герои, хайдути и кърджалии. Важните женски образи се срещат сравнително рядко и това са предимно царици-чужденки, които вкарват раздори сред храбрите, но наивни български юнаци. Веднага след Златния Сименов век, браковете с гъркини са отворили българското царство за византийските интриги и са унищожили у българските семейства патриархалния морал, основа на всички войнски и граждански добродетели. *„Срождение с Византийския двор постепенно изменило български народен дух, защото не само български царие се женили за гъркинки, но и много войводи и знаменити българи земали от тая порода [...]. От того се вмъкнала в България заразителна разкошност и развратност и много други рабски работи! [...] От тогава почнал и български народ да пропадва постепенно!“* (Раковски 1984: 43). Така е било погубено Първото българско царство. След брака на цар Петър с византийската принцеса, *„народ же, разделен на две силни противни страни, спусна се в междуособни разорителни битки...“* (Раковски 1984: 78 — 79). Гъркините се оказват трайна слабост на българските юнаци и не само *„недостойният Симеонов наследник“*, Петър, но и самият цар Асен е подвластен на този порок. *„Асен бил женолюбец, както и сички почти големи юнаци. Тодор (Комнин — б.м., И.И.) се ползвал от тая слабост Асенюва чрез дъщеря си Иринка...“* (Раковски 1984), след което татарските орди трябва само да се възползват от слабостта на царството. Жените-чужденки довеждат до гибел и Второто Българско царство. То става лесна плячка на турските завоеватели, които го заварват разкъсвано от *„злобно несъгласие“*, *„мълви и раздори“* и междуособни битки. Причината за това *„гръцко съседство, тяхно же сродство“* и в частност бракът на Иван Александър с чужденка. *„Мащеха зла гъркиня царица / беше причина того раздора / цар Александровая вдовица“* (Раковски 1983а: 237).

Положителните женски образи се срещат сравнително рядко и тяхното присъствие със сигурност няма толкова драматични последици върху съдбата на българите. Голямото поле на българската история, представяно от Раковски, е публично по дефиниция и там трудно може да се вмести фигурата на жена, отговаряща на средиземноморските идеали за свян и срамежливост. Но все пак такива жени се срещат. Една от тях е Вида, чието име Раковски свързва с укрепено

място край Котел и която според него е била „дъщеря на славен княз, вардила е крепостта като амазонка“ (Раковски 1952: 538).

В ръкопис I Б 301 от архива на Раковски, съхраняван в Народната библиотека, можем да проследим как той изгражда този образ. Част от ръкописа е публикувана и там цитирането ще бъде към официалното издание. Името Вида привлича вниманието на Раковски при обиколките му в околностите на Котел. Както той пише, „От южната страна на село Котел има един висок рид, отделен от близките планини, който се нарича **Вида**, Град и Видин град. На върха на това превисоко бърдо са останали от стари времена развалини крепостни твърдини. Мястото е оградено и застлано с обработени плочи, като щерни, където се е събирала вода“ (Раковски 1952: 537). Вероятно става дума за място с добра гледка, откъдето се вижда надалеч, като подобен топоним се среща и на други места в България. Раковски първоначално е склонен да приеме такава етимология и дори оприличава местността Вида на Византион, срещу когото е разположен Халкедон. В древността Халкедон е наричан „градът на слепите“ заради недалновидността на неговите основатели, не съумели да забележат очевидните предимства на заливите на Византион/Цариград. Раковски допуска, че е възможно името Византион да бъде от български произход като град на зрящите, противопоставен на града на слепите (I Б 301, л. 74). Но после тръгва по друг път, като свързва Вида с женски образ и започва да го доизгражда. Успоредно с Вида се появяват две други женски имена — Буда и Бяла, всяка една от тях дала названието на планинска крепост край Котел. Буда и Бяла били със съмнителен морал и „затова техните крепости паднали, а Вида била почитена и затова останала нейната крепост непобедима“ (I Б 301, л. 100). Мисълта на Раковски тук следва пътища и метафори, понятни за всеки българин от тази епоха — девствеността и почитеността на девойката е символизирана от портите на нейния дом. Сватбените ритуали включват шум на крепостта и символично предаване на портите, а една от най-страшните обиди е зацапване с катран на портите на момината къща, равносилно на обвинение, че тя е загубила девствеността си (Маринов 1994: 178). Съгласно ръкописа, Вида обаче е останала почитена и нейната крепост не е паднала. Това отговаря на изискванията за женски срам и свян, споменати погоре, но може би не е достатъчно, за да може срамежливата девойка да се превърне в героичен образ.

И в ръкописа, следващ хронологично движението на мисълта на Раковски, се появяват нови елементи. „В маджарска с немска война имаше жени войводи, маджарки и полякини“ (I Б 301, л. 103), пише той — става дума за революцията от 1848, в която унгарски и полски въстаници се сблъскват с австрийската армия. „Жена войвода през Кримската война от Янина дошла самоволно с 300 всадника и участвала в крайдунавски сра-

жения“ (I Б 301, л. 103). Жени-войни, предводителки на мъже — това е силен, притегателен образ и Раковски започва да търси негови български еквиваленти. В ръкописа се появява нов персонаж. *„Наша една българска войвода Рошава Рада воювала е с чета през няколко години и някои си старци я помнят. Тя е била от село Хаин-боаз (устие, разбойническо устие), което лежи в подножието на Стара планина“* (I Б 301, л. 104). Подобно на множество други български царе и герои, описвани от Раковски, тя става жертва на гръцкото коварство. *„Рада я уловил с измама Одринския гръцки митрополит, заставил селските попове да я придумат да се остави от горското си воюване и да иди в Одрин да се изповяда и да ѝ прости греховете светият владика. И я продал на турците и я обесили в едно вретиче (чувал)“* (I Б 301, л. 104). В ръкописа се среща и друга версия за смъртта — *„Рошава Рада, след предателството на гръцкия владика от Одрин, турците я хвърлили в Тунджа облечена във вретиче“* (I Б 301, л. 138). Основните елементи остават неизменни — гръцкото предателство, трагичната смърт, младата жена, облечена само в груб конопен чувал. И тук идва заключението на Раковски: *„Такива девизи с мъжки сърца и до днес се намират доволно по България, кои яздят изрядно на коне, употребяват оръжие много по-добре от женкари и женски Дойновци мъже!“* (I Б 301, л. 104).

Коне, оръжия, мъжки сърца — той придава мъжки измерения на женските образи и така ги въвежда в публичния свят на националните идеали. Обратното, мъжете, които отказват да се причислят към тези идеали и да останат свити край домашното си огнище, стават „женкари“ — едно по-ранно и различно от днешното значение на думата. Опозицията мъжко/женско придобива нови измерения и се приравнява към публично/домашно, като публичното е национално. *„Българи за общенародно здание и до днес се стараят и работят усърдно мало и голямо без изключение женского пола“* (I Б 301, л. 105)

Това крие известни рискове — дали героинята няма да загуби своята женственост и да се превърне в мъжкарана, безполов и не особено притегателен образ. Следващите страници от ръкописа, изпъстрени с лични бележки на Раковски, отговарят и на този въпрос. От жените-воеводи той преминава към самодивите, тези безспорно женствени същества, които обитават горите и не са част от уютата на домашното огнище (I Б 301, л. 107), а няколко листа по-късно този образ започва да придобива плътност. Тези жени, представя си Раковски, са облечени със самурени дрешки, имат тънка сабя, тънка снага и съчетават мъжко одяние с дълга женска коса (I Б 301, л. 112). Тези фигури категорично не са безполови, като стилът на тяхната женственост е изпреварил времето си, както и много други идеи на Раковски.

И вече на следващите листове от ръкописа Раковски започва да съчетава народни песни със своето ново видение. Познатата песен за

самодивата, която гради небесен град от жертви на епидемия, „Аз съм намисляла/ От млади момци пояс да туря/ От момите плет/ От булките подпорки“ (I Б 301, л. 162 – 163) се наслажда върху по-нови патриотични варианти „Ходила и Злата/ Ходила и воювала/ С избрани момци юнаци/ Със свилени високи пръпорци/ На стара Рила планина/ Като са тя надувала/ В София града да идат/ София от турци да освободят“ (I Б 301, л. 175) и се свързва с името Вида: „Най била мома Вида, с дълга коса, тънка сабля, бели поли“ (I Б 301, л. 142).

Крайният резултат е песен, публикувана от Раковски, в която девойката Вида изпълнява мечтата на баща си да има мъжко чедо, което да се бори с турците.

*„Оплакал се Видин баща, че си няма мъжка рожба, най си има сама Вида, че го чула мома Вида, тихо си му отговори, сладко го та приговори, ой те тебе стар бащичко, аз щ’изпълня твоя жалба, да ми купиш мъжки дрехи, да ми дадеш остра сабя, аз ще ида със войници, да царувам, да воювам“ (Раковски 1952: 538).*

Женският образ, създаден от Раковски, е едновременно целомъдрен (момата Вида е останала почтена, затова крепостта ѝ не е паднала), послушен (тя изпълнява заветното желание на баща си) и героичен. Мъжката символика ѝ позволява да стане част от националното, публично пространство — мъжкото сърце, редом с острата сабя и мъжките дрехи. И същевременно този образ е много женствен, като бележките в ръкописа ни позволяват за миг да споделим и виденията на Раковски.

### **Заклучение**

Представянето на българската кухня едновременно пред високата европейска публика и по-добре запознатите с реалността български читатели е действително амбициозно начинание в средата на XIX век. Сами по себе си продуктите, ползвани от българите по това време, са сравнително скромни и универсално разпространени, както и начините за тяхното приготвяне. Това не се вписва в доминиращите идеали за висока кухня, която през този период е синоним на престижна. Раковски се справя с това предизвикателство, като въвежда ред оригинални и смели тези. Бедняшката простота той превръща в близост до природата, една престижна позиция в европейската култура. Локалното той преобразува в уникално и по този начин иначе познатите съставки на българската кухня стават неповторими, както е неповторима именно българската природа. И домашното, скрито от външен поглед готвене, той прави публично, като творчески използва познатата за Средиземноморието и Балканите опозиция между мъж-

ки/публичен и женски/домашен свят. Картината, създадена по този начин, е едновременно красива, примамлива и може би не достатъчно убедителна. Тя е привлекателна, горда и уязвима като неговите жени-героини Вида и Рошава Рада, чийто живот в крайна сметка е мимолетен, защото Раковски не може да допусне те да се потопят обратно в прозата на всекидневието.

### Литература

- Арнаулов, М. 1969.** *Георги Стойков Раковски. Живот-дело-идеи.* София, Наука и изкуство.
- Маринов, Д. 1994.** *Народна вяра и религиозни народни обичаи.* Второ фототипно издание. София, БАН.
- Маринов, Д. 2004.** *Спомени из моя живот или моята автобиография.* София, Изток-Запад.
- Петрова, Ив. 2021.** Бъдете добри като хляба. Производители на ръчен хляб като социални актьори. — <http://anthropology-journal.org/wp/journal/vol-8-2021>, 20.12.2022
- Пожарлиев, Р. 2013.** *Философия на храненето. Културно-исторически контексти.* София, СУ „Св. Климент Охридски“.
- Раковски, Г. С. 1952.** *Архив на Г.С. Раковски*, т. 1, София, БАН.
- Раковски, Г. С. 1983а.** Горски пътник (повествувателен спев). **Г. С. Раковски.** *Съчинения*, т. 1, под редакцията на Кирил Топалов, София, Български писател. 177 – 307.
- Раковски, Г. С. 1984.** Няколко речи о Асеню Първому, великому царю българскому и сину ему Асеню Второму. **Г. С. Раковски.** *Съчинения*, т. 3, ред. Веселин Трайков, София, 5 – 132.
- Раковски, Г. С. 1988.** Показалец или ръководство как да се изискат и издирят най-стари черти нашего бития, языка, народопоколения, старого ни правления, славнаго ни прошествия и проч. **Г. С. Раковски.** *Съчинения*, т. 4, ред. Светла Гюрова, София, Български писател, 5 – 138
- Раковски, Г. С. 1988б.** Ключ българскаго языка. **Г. С. Раковски.** *Съчинения*, т. 4, ред. Светла Гюрова, София, Български писател, 191 – 301.
- Раковски, Г. С. 1988в.** Кратко разсъждение върху тъмние и лъжовние начала, на коих е основана стара повестност всех европейских народов. **Г. С. Раковски.** *Съчинения*, т. 4, ред. Светла Гюрова, София, 139 – 189
- Трайков, В. 1974.** *Георги Стойков Раковски. Биография.* София, БАН
- Христов, Хр. 1964.** *Георги С. Раковски като историограф. Г. С. Раковски.* *Взгледи, живот, дейност.* (ред. Д. Кьосев), София, БАН.
- Янева, Ст. 1989.** *Български обредни хлябове*, София, БАН.

- Caldwell, M. 2014.** Gardening for the State& Cultivating Bionational Citizens in Postsocialist Russia, In: **Yuson Jung, Jakob A. Klein, and Melissa L. Caldwell** (eds.) *Ethical Eating in the Postsocialist World*, Berkeley, University of California Press, 188 – 210.
- Campbell, J. K. 1964.** *Honour, Family and Patronage: A Study of Institutions and Moral Values in a Greek Mountain Community*. Oxford, Clarendon Press.
- Gilmore, D. D. (Ed.), 1987.** *Honor and Shame and the Unity of the Mediterranean*. American Anthropological Association special edition, Washington DC.
- Goody, J. 1982.** *Cooking, Cuisine, and Class: A Study in Comparative Sociology*, Cambridge. Cambridge University Press.
- Ichijo, As. and R. Ranta, 2016.** *Food, National Identity and Nationalism. From Everyday to Global Politics*. Palgrave, Macmillan, NY.
- Kassabova-Dintcheva, A. 2002.** *Migration und Familie. Familienforschung und Politik (Am Beispiel Bulgariens)*. Sofia. Variant 2000.
- Peristiany, J. G. (Ed.). 1965.** *Honour and Shame: The Values of Mediterranean Society*. London. Weidenfeld and Nicolson.
- Herzfeld, M. 1985.** *The Poetics of Manhood: Contest and Identity in a Cretan Mountain Village*. Princeton, Princeton University Press.
- Neuburger, M. 2022.** *Ingredients of Change: The History and Culture of Food in Modern Bulgaria*. Ithaca, NY. Cornell University Press.

# ПОКЛОННИЧЕСКА ОБРЕДНОСТ И ХРАНИТЕЛНИ ПРАКТИКИ В СЪВРЕМЕННОСТТА (СЛУЧАЯТ КАЛВАРИЯ ПАЦЛАВСКА, ПОЛША)

*Проф. д-р Мира Маркова,  
катедра „Етнология“, Исторически факултет,  
СУ „Св. Климент Охридски“*

**Анотация:** В настоящия текст се представя връзката между поклонническата обредност и хранителните практики в съвременността през призмата на локалната култура в Калвария Пацлавска, Полша.

Хранителната култура е една от най-древните традиции, които се характеризират с устойчивост по отношение на нагласи, полезност и практичност в посока задоволяването на всекидневните енергийни потребности на всеки човек. Налице е и динамичност, що се касае до даденостите на екологичната ниша и тяхното максимално използване и обновяване от хората. Храната се свързва и с ритуалността, практикувана от обществата, като съвременният човек обвързва ритуалността и храната (като част от подобни практики) със сакрални параметри, зависими от времето, мястото и възприемането на различни религиозни обусловености.

Представите на съвременния човек за мястото, за региона и за сакралните рамки на тези екологични дадености, често обвързват локалното с религиозното. В тази посока локалните традиции се свързват с културата на мястото, като храната е неделима част от процеса по формирането на локална културна реалия.

**Ключови думи:** локална култура, хранителна култура, поклонничество, Калвария Пацлавска, Полша

**Abstract:** The text presents the relationship between pilgrimage rites and food practices in modern times through the lens of local culture in Kalwaria Pałacowska, Poland.

Food culture is one of the most ancient traditions, which are characterized by sustainability in terms of attitudes, usefulness and practicality in the direction of meeting the daily energy needs of every person. There is also dynamism in terms of the givens of the ecological niche and their maximum use and renewal by people. Food is also associated with ritualism practiced by societies, as modern man associates ritualism and food (as part of similar practices) with sacred parameters dependent on time, place and the perception of various religious conditions.

Modern person's ideas about the place, about the region and about the sacred parameters of these ecological givens, often bind the local with the religious. In this direction, local traditions are connected with the culture of the place, with food being an integral part of the process of forming local cultural reality.

**Keywords:** local culture, pilgrimage, food culture, Kalwaria Paclawska, Poland

Хранителната култура е една от най-древните традиции, които се характеризират с устойчивост по отношение на нагласи, полезност и практичност в посока задоволяването на всекидневните енергийни потребности на всеки човек. Налице е и динамичност, що се касае до даденостите на екологичната ниша и тяхното максимално използване и обновяване от хората. Храната се свързва и с ритуалността, практикувана от обществата, като съвременният човек обвързва ритуалността и храната (като част от подобни практики) със сакрални параметри, зависими от времето, мястото и възприемането на различни религиозни обусловености.

Представите на съвременния човек за мястото, за региона и за сакралните параметри на тези екологични дадености, често обвързват локалното с религиозното. В тази посока локалните традиции се свързват с културата на мястото, като храната е неделима част от процеса по формирането на локална културна реалия.

В настоящия текст ще бъде представена връзката между поклонническа обредност и хранителни практики през призмата на локалната култура в Калвария Пацлавска, Полша, в чиято основа стои почитането на Дева Мария, разбираана като най-верния застъпник на човека пред Бога. Това е често явление при подобен тип локалности. Вярата, че св. Богородица е всеблага и всемилостива, обединява различни местни практики, като организацията на почитането се отличава с универсални рамки, изпълнени с конкретно локално и винаги (по своему) уникално съдържание (според осмислянето от страна на носителите на култа). Линията на анализ на тези култове освен въпроса за вярата, поставя и въпроса за интерпретацията на вярата, в контекста на търсенията на съвременния човек, който е носител на



индивидуално битие и отдавна е излязъл от обхвата на колективните по тип общества. С оглед на проблематиката на локалните традиции и култури, местните култове предлагат многобройни варианти за интерпретация и в това е тяхното богатство (Маркова 2022: 121). Налице са и разнородни решения на различни ситуации, като се следва сравнително схематизирано поведение.

Антропологията на религиите изследва подобен тип културни напластявания и практики, които повдигат въпроса за съвременните измерения на религиозността. Един от водещите изследователи в това научно поле, Джоел Робинс, фокусирайки се върху антропологията на християнството, отразява измененията, които настъпват в полето на изследването, заради промененото място на религията в съвременния свят (Robbins 2014: 157). Същият автор интерпретира моделите на религиозните промени, проследявани от представителите на социалните науки, които са базирани на различни времеви характеристики и оттам на различни модели на вярвания (Robbins 2007).

Анализирането на религиозността с методите на етнологията и антропологията се фокусира върху разнородни феномени, принадлежащи към една специфична семантична система. Въпреки консуматорството като модел на сегашното ни съществуване, човекът, числящ се към т.нар. християнски културно-цивилизационен кръг, остава свързан с универсални ценности. Постмодерната епоха има своите противоречиви ефекти върху религиозността, но стремежът за досег до извънвремените обяснения на сакралността остава актуален, независимо от професионалната рамка и исторически детерминирания параметри (Маркова 2022: 121). Индивидуалното религиозно преживяване се вплита в структурно-историческата перспектива на религиозността, която се базира в много отношения на обективни фактори. Причината се корени в еднотипната структура на изповядването на местни култове и развитието на локалната религиозност, както и на внушенията на употребяваните символни форми. В такава структура винаги храната и храненето като споделено общуване заемат съществено място.

Преминавайки към конкретиката на изследването и емпиричната база, върху които се градят тезите ни, трябва да посочим, че всъщност „Богородичният култ се очертава като най-очевидния аспект на полския католицизъм“ (Зовчак 2014: 238) и е благодатен за изследването на спецификите на религиозната култура в Полша. Общата база гради локалните специфики на различни култови пространства като тези пространства са свързани с културното наследство най-напред на малки населени места и след това преминават към общонационални или общоконфесионални измерения.

### *Емпирични характеристики на обекта на изследването. Калвария Пацлавска.*

В настоящото изложение акцент на изследването е проявление-то на религиозните практики и цялостният модел на обредност от Калвария Пацлавска в Югоизточна Полша, проучвани по метода на включеното наблюдение, проведено от автора в периода 11 – 15 август 2018 година. Прилагани са и класическите етноложки методи за събиране на информация като полуструктурирани интервюта и автобиографичен разказ.

Селото, което съхранява и развива изследваните религиозни практики се намира в рамките на окръг Пшемисъл, Подкарпатско воеводство. Разположено е на 25 км от гр. Пшемисъл и 72 км от гр. Санок, до границата с Украйна. Поселението възниква през XIV в. около манастир, изграден на мястото на православен храм на името на св. Симеон Стълпник (известен в региона с гръцката транскрипция на името си, а именно Стилит). След като регионът попада трайно под контрола на Полша, той е развит като значим религиозен католически център от Анджей Максимилиан Фредро (1620 – 1679), кастелан на Лвов и воевода на Подолското воеводство от 1676 г. Битува легендата, че чудотворната икона на Божията Майка Търпеливата слушателка (наричана така, защото дясното ухо на Девата е силно изразено, за да „чува молбите на страдащите“), около която се развива изследваният съвременен Богородичен култ, е съхранявана още в дървената църква преди основаването на манастира. Тази църква е първият храм изобщо, който възниква в днешната сакрална територия на Калвария Пацлавска. Вероятно посочената чудотворна икона е донесена тук след като Каменец-Подолски е завладян от османците през 1672 г. Според поверието, именно пред тази икона на Девата са се молили полските крале Ян Казимир и Ян III Собиески. Папа Климент X (1670 – 1676) отдава на Калвария Пацлавска правото да се нарича Света земя, заради чудесата, които започват да се случват там. Калвария Пацлавска започва да се именува Източен Йерусалим, за разлика от Калвария Зебжидовска, известна като Полски Йерусалим, и там се допуска получаването на индулгенции.

Днес селото на Божията Майка Търпеливата слушателка наброява около 78 души (по данни от 2019 г.). Полският изследовател Людвик Стома интерпретира обредите, свързани с Успение Богородично, като „митизация на ритуала“, която трансформира теологичната основа до „безмисловен ритуализъм“ (Stomma 1986: 223 – 225). В съвременната ситуация при изповядването на култа поклонниците съчетават вярата с нова ритуализация, като присъствието на теологичната основа остава, но с наличието на много битовизирани практики.

В края на XIX — началото на XX в. Калвария Пацлавска е значимо място за поклонничество на гръко-католици, докато днес това е официално поклонническо място за римо-католиците. Действителността обаче е различна и независимо от официалните изисквания на полското духовенство има много гръко-католици от украински произход или украинци от самата Украйна, които възприемат цялостното пространство около Калвария Пацлавска като „свое поклонническо място“, въпреки че то се управлява от монаси францисканци. Калвария Пацлавска между двете световни войни е най-значимият център за поклонение на гръко-католиците от Карпатския регион (Теліш 2016: 195). Мястото се свързва и с безпрецедентно изселване на украинци от региона в Полша след края на Втората световна война. През 1946 г. е запалена старата гръко-католическа църква. На нейното място е издигнат кръст, който днес е сакрализиран от страна на гръко-католиците и украинците, които често прекосяват границата именно с поклонническа цел. Има и известен етнически мотив при демонстрацията на сакралните практики около кръста. От двете му страни са поставени литографични изображения на Божията майка и на Иисус с трънен венец на главата, които наподобяват икони, използвани от гръко-католиците.

През 1957 г. материали от църквата са използвани от официалните управници за оформянето на пътищата в селото. Целта е десакрализация на пространството. Едва през 80-те години на XX в. гръко-католиците отново свободно са допуснати до стария си поклоннически център. Украинката Екатерина П., която временно живее във Варшава, твърди, че посещава мястото от четири години, за да отдаде почит на предците си. Опитва се да помири историческите реалности по депортацията на украинците от поляците и съвременната подкрепа, която се оказва от страна на полското общество към украинците.<sup>1</sup>

### *Поклонничеството в Калвария Пацлавска*

В основата на поклонничеството в Калвария Пацлавска е манастирът „Въздвижение на Честния Кръст“, управляван от монаси францисканци, изграден още през 1667 г. През периода 1770 — 1775 г. Стефан Йозеф Дверницки изгражда 20 (дървени и монолитни) параклиса и ниши, маркиращи моменти от пътя на Иисус към Голгота (Barcik 1973: 93). В рамките на пространството е направена материална възстановка на евангелския сюжет за Кръстния път на Иисус Христос. Апостолическата църква избира това място за индулгенции, като особено голям е потокът от хора в периода 11 — 15 Август и

<sup>1</sup> Лични теренни материали на автора. Архив на катедра Етнология при СУ. Markova 2018 Polska. Разговор, записан от М. Маркова и М. Зовчак на 12.08.2018 г.

11 – 14 септември. През 1913 г. е изградена монументалната църква като споменатата чудотворна икона на Божията майка е преместена там и е поставена в къснобароков богатоорнаментиран олтар. Към образа е прибавена златна корона, символизираща Божията майка Владетелка на света. Белег на чудесата са многобройните вотиви, с които е окичена иконата. Вотивите представляват фигурки, накити, огърлици, нерядко от благороден метал. По времето на епископ Йосиф Коциловски, в периода между двете световни войни, Калвария Пацлавска преживява истински разцвет като поклонническо селище. През 1923 г. окончателно е изграден Пътят към Голгота, който се превръща в основа на поклонническите практики и вътрешни поклоннически маршрути в сакралната територия на селището и землището му. Тези практики са широко разпространени в католическия свят, доколкото се вярва, че възпроизвеждането на Страстите Христови по пътя до Голгота и съпреживяването им усилва вярата. Това е една от причините за разпространението на т.нар калварии<sup>2</sup> в Полша.<sup>3</sup> Те са осмисляни и като култови места, и като култови съоръжения. Имат сходна организация и идентичен подход при усвояването на пространството. Все пак вариантите за съпреживяване на култа създават условия за множество прочити, което формира специфична локална култура. От гледна точка на етнологията подход при изследването, тази локална култура обособява обредна система с уникални връзки и отношения, въпреки универсалните елементи.

### *Храна и хранителни практики*

Храната като елемент от обредния комплекс има два аспекта на интерпретация. От една страна е чисто утилитарната необходимост от хранене. От друга страна, в рамките на обредността, храненето е повод за споделено общуване и събиране на непознати на едно място, водени от принципа за „братството по дух“. В този смисъл хранителните практики са подчинени на основната идея на поклонническата ритуалност, подпомагат общото събиране и оформянето на група от поклонници.

Продуктово и технологично полската кухня принадлежи към средноевропейската със силна обусловеност от природните и екологични дадености, което формира регионални особености в развитие-

<sup>2</sup> Полското название калвария (kalwaria), означава буквално „череп“ (лат.) и е еквивалент на гръцкото Голгота.

<sup>3</sup> Освен анализиранията обредност в Калвария Пацлавска има различни калварии като Калвария Вейхеровска, Калвария Зебжидовска, Гура Калвария. Виж. Баева, В. 2020. Християнство и местни култове: паралели между католическата и православната традиция (по примери от Полша и България). – е-списание в областта на хуманитаристиката, год. VIII, брой 18, <https://www.abcdar.com>

то на общите хранителни традиции. Така при храненето в Калвария Пацлавска впечатление прави сериозното присъствие на гъбите и диворастващите растения (лапад, киселец, лобода). Гористата околност е благодатна за гъбосъбирателството, както и събирането на различни видове ягоди и боровинки. За тази конкретна ситуация важи направената от Кремена Йорданова констатация, че връзката човек-околна среда е двустранна и двупосочна. „От една страна човек се бори с ограниченията, които му налага природата, от друга се възползва от нейните ресурси“ (Йорданова 2017: 32).

Като способ на приготвяне храната е обикновено варена, задушена и пържена, тежките запръжки се избягват. Печенето по време на празничното хранене е сведено до запечени картофи с различни подправки. Споменаването на подправките изисква уточнението, че те варират от типичния за Средна Европа хрян, през майорана, до хвойната, магданоза и целината. Ежедневното хранене в посочения период е подчинено на изповядвания култ. Според предписанията на католическа църква относно поста, в такъв период се спазва по-скоро хранителна дисциплина, която е част от т.нар. покаятелни практики. До голяма степен личният избор е основният мотив при определянето на режима на поста при всеки един човек. Преобладават супите – гъбена, борщ, журек<sup>4</sup>. В кулинарната култура на селището все още борщът е от червено цвекло и се приготвя от саламурата, в която е ферментирало цвеклото. Тази супа може да бъде бистра или със сметана. Сметанената се сервира с малки пирожки, пълнени с гъби (т.нар. ушички). Приготвя се и кисела супа от мариновани краставички или киселец, както и капушчак<sup>5</sup> от зеле.

Задължително ястие са и пирожките, възприети през XII – XIII в. чрез руско влияние (Асьов 1999: 111). Макар да има легенда, че св. Хиацинт помогнал на поляците около Краков да спасят реколтата си и тогава те му се отблагодари като направили първата пирожка и оттам тя се разпространила по полските земи. Възприет е терминът „полски пирожки“ за формиране на специфика при употребата на тази храна и разграничаването от други етнически култури, където също е позната. Полските пирожки се приготвят като в лист от тесто с добавено картофено пюре или просто тесто, се завива плънка от картофи и извара, зеле и гъби или месо. Има подсладени пирожки с боровинков пълнеж. Пирожките се пускат в гореща подсолена вода за 3 – 4 мину-

<sup>4</sup> Журек – заквасена супа от ръжено брашно, с добавени бекон, наденица, лук, чесън. Задължителна подправка е майоран. Сервира се със сварено яйце. Брашното за закваската се накисва в 1 л студена вода, заедно със 5 – 6 счукани скилидки чесън и се оставя да ферментира няколко дни преди приготвянето на ястието.

<sup>5</sup> Ястието представлява вид кисела супа със зеле.

ти. Сервират се със сметана, разтопено масло или пържен лук. Случаят с „полските пирожки“ потвърждава тенденцията, че в развитието на обществото голяма част от т.нар. „национални ястия“ са съставени от привнесени технологии и продукти. Важно е отношението към една храна и превръщането ѝ в част от определено (често етнически маркирано) културно пространство (Маркова 2008: 202). Доминиращ остава ритуалът около ястието, както и историческият и културният контекст на употребата.

В процеса на всекидневното хранене в Калвария значителна е употребата на чай, както при общите трапези през деня, така и при самостоятелното хранене.

Разбира се, в съвременната пъстрота на празника се срещат и хамбургерите, но това е световен феномен, продукт на инвазията на бързото хранене. Потребители са главно младежи и деца. Налице е смесване между домашно приготвена храна, продукт на местната екологична ниша и масовата, глобална кухня на полуфабрикатите, която има място дори в поклоннически чествания.

Храненето по време на празника може да стане в двора на всяка къща, ако домакинята предлага споделен обяд или вечеря като заплащането е или по договорка, или на принципа „кой колкото иска“. Тук водещ е мотивът за формирането на микро общности от поклонници, странници или просто посетители, като общата молитва към Светата Дева от Калвария предшества всяко хранене. Храненето се превръща в ритуално и празнично едновременно. То обслужва идеята за сакралността на мястото. Чрез преповтаряните хранителни практики се отстояват спецификите на локалната култура, подчинена на местния култ, който е силен акцент в празничността на региона.

Храненето се обвързва и със заобикалящата природа, доколкото част от продуктите са резултат от събирателство или местно производство. Можем да говорим за единна екологична рамка, която включва природа, продукти и сакрален пейзаж. Разбира се, както бе споменато, масовата култура присъства в живота на съвременния поклонник.

### *Сакралният пейзаж*

Сакрализацията на заобикалящата природа е подчинена на вярата, пречупена през доминиращия локален религиозен култ. Това дава основание на Елжбета Билска-Водеска да говори за „сакрален пейзаж“ (Bilska-Wodecka 2004: 265), много характерен за всяко поклонническо място, като изследваният регион на Калвария Пацлавска не прави изключение. Сакралният пейзаж е хармонично цяло между природата и обектите на култа. Той търпи развитие, като се оформя в две посоки: по отношение на маршрути, свързани със Страстите Хри-

стови и по отношение на маршрути, свързани с Божията майка, като стремежът е да се изгради общо пространство с единство на природа-вяра-общност и отделния човек-поклонник.

Христовият маршрут наброява 28 параклиса, ниши и павилиони. Първите записи за този Христов маршрут със сакралните обекти, познати и сега (разбира се не в завършения вид, който наблюдаваме днес) датират от 1768 г. Поклонниците изминават маршрута или организирано, или индивидуално. Това е време, през което отсъства употреба на храна. В първия случай задължително има водач, който може да бъде светско или духовно лице. Той организира поклонниците като задава изпълнението на определени химни и скандирания с религиозна тематика. Става въпрос за процесия. Разиграват се т.нар. Страстни мистерии, които предават (театрализирано) страданията на Иисус Христос и се отслужват меси на открито. Чрез процесията християните католици правят публично достойствие своята вяра и засвидетелстват преданост към определен култ (Маркова 2022: 130).

Наталия Рашкова предлага някои характеристики на тържествената процесия в католическия свят, изследвайки в сравнителен план католическия празник Тяло и Кръв Христови в българско и полско село (конкретно с. Ореш и с. Злакув Кошчелни) (Рашкова 2020). При съвременното развитие на процесията е констатирано съчетание на народни и църковни традиции (Рашкова 2020: 424). Задължителна е организацията и подредбата на участниците, установен маршрут, наличието на водач (най-често духовно лице), хоругви, кръст-разпятие, музика, сакрални места (олтари, параклиси), на които се спира с възпроизвеждане на ритуални практики.

Споменатият Богородичен маршрут в Калвария Пацлавска е фокусиран около гроба на Божията майка и включва седем параклиса и един кръст.

Интересен поглед върху религиозното наследство, културното наследство и мястото на локалната културна практика предлагат Биргит Мейер и Марлин де Вит. Авторките говорят за появата (и всъщност взаимодействието) на два процеса: сакрализация на наследството и превръщане в наследство (културно) на сакралното (Meuer, De Witte 2013: 277). Чрез известна профанизация на сакралното се гарантира неговата адаптивност към съвременните процеси, което означава устойчивост и стабилност (независещи от числото на вярващите и поклонниците). Сакрализацията на наследството се постига чрез вменияване на свръхестествена сила на обекти, принадлежащи към (не рядко) определена локална култура. Такива обекти получават етикет „свещени“ и това им вдъхва нов живот.

Специфично място тук заемат и хранителните практики като част от общата ритуалност. Самият процес на общностното хранене

възстановява идеята за старите християнски общини. Наблюдаваме съвместяване на интимното осмисляне на религиозността с общностното участие в религиозно-ритуалния процес.

Проследявайки тези процеси по примера на празника Успение Богородично<sup>6</sup> в Калвария Пацлавска можем да говорим за извършване на трансформация на сакралното и оформяне на нова културна реалия със „сакрална аура“. В случая почитането е не само спрямо чудотворната икона на Божията майка Калварийска, но наблюдаваме и трансформация на едно нематериално наследство, каквито са всъщност религиозните практики: бдение, поклонение на иконата, поклонение на статуята на Девата, процесията, както и споделените практики по съвместно хранене. Тези религиозни практики, когато се свързват с локалната култура на мястото наистина могат да бъдат причислени към нематериалното културно наследство, защото наблюдаваме смесване на догмат с преосмисляне на този догмат от обикновения човек (Маркова 2022: 133). Оформя се нова културна даденост, която е двупосочна, от една страна спрямо културата на мястото и посланията на това място, от друга – спрямо индивидуалната интерпретация на отделния носител на културата.

Поклонниците по много параметри също са туристи като „вписват свещеното време на празника в [...] туристическата култура“ (Папучиев 2018: 289). В по-широк смисъл храненето съпътства туриста и в конкретния случай при анализиранияте хранителни практики имаме наличие както на сакралност, така и на профанност (каквато е чистата практичност на храната).

Сакралният пейзаж би бил непълен ако няма обособено пространство с акцент върху водата. В изследвания локален култ такова място е изворът до параклиса „При Каяфа“, който има лечебни свойства. Присъствието на лечебния извор е част от сакралния пейзаж на мястото и подсилва внушенията за очистване, лечение, усещане за ново начало. Подобен извор е упоменат и у Агнешка Халемба, когато споменава Божественото явяване на Дева Мария в села на украинско-словашката граница през 2002 г (Halemba 2007: 97). Безспорно сакрализирането на изворите е свързано с цялостната идея за очистващите свойства на водата и разбирането ѝ като един от първоелементите с особена символна сила в народната култура, независимо от историческото време.

Обособеният Богородичен маршрут в Калвария Пацлавска зад потока Кедрон включва 7 параклиса и 1 кръст. В случая имаме привеждане на местната география в съзвучие с библейската география. Местният поток е наречен Кедрон по името на долината Кедрон, която започва от източната част на стария град на Йерусалим, отделяйки

<sup>6</sup> От 1950 г. на същата дата (15. 08.) Западната църква празнува Възнесение Богородично. (Вж. Карагъзов 2006: 97).



Храмовия от Елеонския хълм и играе важна роля в юдаистичната есхатология. Чрез механизма на локалното именуване имаме топонимично трансформиране с универсална стойност, придаваща значимост на локалното пространство. Към този Калварийски маршрут имаме параклис „Южна порта“, който символизира Южната порта в Йерусалим; параклис „Погребението на Божията майка“; параклис „Източна порта“, символизиращ Вход Господен в Йерусалим; богато орнаментирания параклис „Гробът на Божията майка“; параклис „В Гетсиманската градина“; параклис „Хващането на Исус“ след предателството на Иуда; параклис „Успение Богородично“ (Маркова 2022: 147). Последният сакрален обект е съхранен дървен параклис още от XVIII век.

Много посещаван и възприеман като маршрут с изпитания е „Голгота“ или „Стълбите“, каквото е неофициалното название, дадено от поклонниците. По този маршрут са съградени следните култови съоръжения: параклисът „Успението на Божията майка“, параклисът „Поставянето на Мария от дясната страна на Исус“, параклисът „Исус пред Ирод“, параклисът „Вероника изтрива лицето на Исус“, дървен параклис „При Прокла“, жената на Пилат; стълбите Scala Santa, състоящи се от 28 стъпала; параклис „при Пилат“; параклис „Въздвижение Кръста Господен“; „Първото падане на Исус“; параклис „Срещата на Исус с Божията майка“; павилион „Симеон помага за носенето на кръста от Исус“; параклис „Второто падение на Исус“; група фигури „Трите Марии“.

\* \* \*

Участието в поклонническата обредност в Калвария Пацлавска поставя акцент върху връзката между обредност, екологична ниша и хранителни практики през призмата на едно съвременно ритуално поведение на поклонниците.

Фокусирайки се върху детайлите по почитането на Богородица Вейхеровска, Вихра Баева разглежда т.нар местен култ като локално специфична форма на почит към сакрална фигура или реликва (Баева 2020: 2). Това се превръща във водещ елемент при полските Калварии, но има и характеристиките на универсален елемент при културното спояване между християнските поклоннически практики и местните интерпретации.

Съвременните религиозни обредни системи имат място в днешното забързано и променящо се време. Трансформиращата се религиозност импонира на урбанистичния светоглед на модерния човек като практики, но без да засяга догматичните постулати на вярата. Подходът на съвременния поклонник показва многобройни пътища за достигането до крайната цел (а именно Божествено проникнове-

ние), които са различни интерпретации на един и същ универсален модел. Доколкото тези интерпретации имат винаги локално проявление, то те превръщат всеки един случай в уникален според детайлите. Локалните проявления на изповядването на вярата действат стимулиращо и обновяващо на религиозността като обредна система. Би могло да се каже, че ѝ дават други измерения, отразяващи познанието, търсенията и развитието на съвременния човек чрез неговия индивидуален поклоннически път. Предложеният конкретен случай от Калвария Пацлавска потвърждава особеното осмисляне на локалността в универсалния култ към Дева Мария, създавайки възможност за установяване на тенденции в местната религиозност, независимо от конфесионалните особености на култа.

Обрисуваните поклоннически практики и религиозна ритуалност показват и тенденция за осъвременяване на тези структури. Особено, що се касае до храненето. При него остават традиционните блюда като доминиращи, но наблюдаваме едновременно съжителстване с продукти от масовата култура. Осмислянето на храненето като цивилизационен процес, поставен в определен поведенчески контекст придава неповторимост на момента. Суровините може да са еднакви с други народи и общности, но културната рамка, ограничена времево и пространствено, на употреба на тези суровини, създава неповторим синтез, подчинен винаги на конкретната ситуация.

Анализът на структурата на обредността и връзката с хранителните практики извежда модел на организация на подобна ритуалност, който (като обща структура) е валиден и за други географски ширини. Етноложкият анализ доказва, че изградените контакти на различни нива говорят за счепление на много образи и мотиви, водещи до функционирането на развиващата се съвременна обредна система, помиряваща локалното и универсалното.

### Литература:

- Асьов, Г. 1999.** *Полша. Съдбини и съвременност.* София, Отворено общество.
- Баева, В. 2020.** Християнство и местни култове: паралели между католическата и православната традиция (по примери от Полша и България). — *Е-писание в областта на хуманитаристиката*, год. VIII, бр. 18.
- Зовчак, М. 2014.** От придворна девойка до действена феминистка. Антропологични измерения на Богородичния култ. — *Български фолклор*, Год. XL, 3, 238 — 261.
- Йорданова, Кр. 2017.** Гората и свързания с нея поминък (по примера на няколко селища в Централни Родопи). *Екосреда и жизнени традиции.* (Съст. Виолета Коцева). София, УИ „Св. Климент Охридски“, 32 — 60.

- Карагьозов, П. 2006.** *Славянските светци мъченици*. София, УИ „Св. Климент Охридски“.
- Маркова, М. 2008.** Някои аспекти на традиционната българска хранителна култура. *В света на човека*. (Съст. Джени Маджаров, Красимир Стоилов), Т. 1, София, УИ „Св. Климент Охридски“, 197 – 207.
- Маркова, М. 2022.** *Локални култури и традиции. Културна трансформация на обредни системи през XXI век*. София, УИ „Св. Климент Охридски“.
- Папучиев, Н. 2018.** *Антропология на вещта и символните форми*. София, УИ „Св. Климент Охридски“.
- Рашкова, Н. 2020.** Католическият празник Тяло и Кръв Христови в българско и полско село (Съпоставително изследване). – *Български фолклор*, Год. XLVI, кн. 4, 411 – 431.
- Теліш, П. 2016.** Кальварія Пацлавська – місце полонничество обидвох народів. *European Integration and National Identity. II Polish- Ukrainian Forum*. Львов – Олщин, 195 – 200.
- Barcik, J. 1973.** *Franciscan Cluster Foundation in Paclawska Calvary. Prawo Kanoniczne: kwartalnik prawnohistoricalczny*. 1973, № 16 / 1 – 2, 89 – 128.
- Bilska-Wodeska, E. 2004.** *Krajobraz religijny czy święta przestrzeń?*. In: *Przyroda – człowiek – Bóg, Ojcu docentowi dr. hab. Ludwikowi Kaszowskiemu w 65. rocznicę urodzin*. Ed. by B. Izmailow, IGiGP UJ, Kraków, 263 – 269.
- Halemba, A. 2007.** Apparitions of the Virgin Mary and the Church/ State relations. A View from the Ukrainian- Slovak Borderland. – *Ethnologia Polona*, vol. 28, 89-102.
- Meyer, B., M. de Witte 2013.** Heritage and the sacred: Introduction. – *Material Religion*, 9(3), 274 – 280.
- Robbins, J. 2007.** Continuity Thinking and the Problem of Christian Culture: Belief, Time and the Anthropology of Christianity. – *Current Anthropology*, Vol. 48, 1, 5 – 38.
- Robbins, J. 2014.** The Anthropology of Christianity: Unity, Diversity, New Directions. – *Current Anthropology*, Vol. 55, Supplement 10, 157 – 171.
- Stomma, L. 1986.** *Antropologia kultury wsi polskiej XIX wieku*. Warszawa: Instytut Wydawniczy PAX.

## „ИКОНОМИКАТА НА БУРКАНИТЕ“ КАТО ПОСТМОДЕРНА РЕАЛНОСТ

*Д-р Ивет Фандъкова*

**Анотация:** Настоящият труд цели да покаже съвременната интерпретация на иначе традиционната практика за натурално домашно производство и консервиране. Проследява се промяната в явлението, като резултат от едно ново разбиране и отношение към храната и консуматорските модели като цяло. Това се обвързва със съществуването на нов социален, културен и икономически контекст и се посочват основните фактори за появата му. А именно критиката към модерността и преходът към постмодернизъм, комплексните и динамични отношения между глобализация и идентичност и свързаните с това ретрадиционализация и валоризация на локалното. Засяга се въпросът как разочарованието и недоверието към съвременното консуматорско общество поражда алтернативни концепции, движения и иновации (като био тренда и анти-консумеризма), които от своя страна активизират и актуализират традицията и локалността, и в частност изследвания феномен на домашното производство.

**Ключови думи:** Домашно производство, „икономика на бурканите“, постмодернизъм, глобално-локално, ретрадиционализация, валоризация на локалното, консуматорско общество, био храни

**Abstract:** The present work aims to show the modern interpretation of the otherwise traditional practice of household food production and canning. First of all, the changed essence of the phenomenon will be marked as a result of a new perception and attitude towards food and consumer patterns in general. This will be related to the presence of a new social, cultural and economic context and the main factors for its emergence will be pointed out. Like the critique of modernity and the transition to postmodernism, the complex and dynamic relations between globalization and identity and the related retraditionalization and valorization of the local. The article will focus on the disappointment and distrust of contemporary consumer society that give rise to alternative concepts, movements and innovations (such as the bio trend and anti-consumerism), which in turn activate and update tradition and locality and in particular the phenomenon of the household production.

**Keywords:** Home production, „economy of jars“, postmodernism, global-local, retraditionalization, valorization of the local, consumer society, organic food

Изминали са повече от 35 години откакто канадската антроположка Елеанор Смолет в своето изследване, заинтригувана от „движението на хилядите, по-вероятно милиони буркани с храна, които кръстосват страната“, предлага емблематичното си определение „икономика на бурканите“ (Смолет 1986: 96). Икономиката на бурканите обаче все още е актуална и като понятие, и като явление, което можеше да се открие и в настоящия изследователски терен. Това е причината не един от наблюдателите на явлението да обърне внимание на тази непреходната традиция. Но не без основание човек може да се запита, наистина ли има непроменени неща, които могат да устоят на динамичните и трансформационни процеси на съвременното. Дали тази застиналост във времето не е привидна и зад наглед познатите явления не стоят скрити нови феномени, които все още е трудно да бъдат разграничени? Може би илюзия, която съзнателно се създава от необходимостта на съвременния човек да открие възможно най-непреходното, върху което може да се „опре“, в среда, която плаши със своя плурализъм, динамика и несигурност. Или пък опит да се омагьоса разомагьосаният свят, по думите на Норбърт Болц<sup>1</sup> (Болц 2004: 98).

Традиционният прочит на понятието „икономика на бурканите“ отправя към добре познатия феномен на домашното натурално производство и консервиране за самозадоволяване и подпомагане. От друга страна, то все повече започва да се асоциира с актуалния еко тренд, свързан с наболелия проблем за предизвикателствата пред здравословния начин на живот в съвременността. Домашното производство се обвързва и с дискурса на анти консуматорските и анти технологични концепции и движения и въобще цялостната критика към модерността. Като цяло се наблюдава една нова оценка, нагласа и реторика. Настоящото изследване си поставя за цел регистриране на тези променящи се контекст и перспектива, които изменят характера на самото явление и изискват нова интерпретация. Основната хипотеза е, че двигател на тези промени са актуалните процеси на глобализация, ретрадиционализация, валоризация на локалното, които

---

<sup>1</sup> Н. Болц, който анализира консумизма на XXI век, показва как в съвременното общество традиционната обосновка на потреблението трябва да се замени с друг прочит. Отчитайки че практицизмът не е достатъчен аргумент в постматериалистическото общество, той подчертава значимостта на естетическите и емоционални потребности при изграждането на новата социокултурна роля на консумацията.

са част от прехода от модерност към постмодернизъм. Погледът е отпращан към припокриването на функциите на различните аспекти на изследваното явление; към корелацията им, чиято пресечна точка е взаимовръзката домашно-натурално. Така се оказва, че без значение дали става въпрос за производството или употребата на продукт за лична консумация, за дар или размяна, или прикрита практика на неформалната икономика, „домашното“ се явява ключовата и най-важна характеристика на проблема и съответно попада във фокуса на научния анализ. Новото разбиране и роля натоварват и понятието с повече конотации, отколкото първично зададения смисъл. Използването в заглавието на идейната постановка „икономика на бурканите“ всъщност е терминологичен консенсус между обекта на изследване в изходната точка и резултата от научния анализ. Важно е да се отбележи, че съществува разлика между херменевтичното тълкуване на понятието и съвременната му употреба. Затова правилният въпросът е не как се съотнася икономиката на бурканите или домашното натурално производство към съвременните тенденции, а какво означава тя в постмодерния свят.

В едно от най-скорошните и задълбочени български етнологички проучвания по проблемите на домашното производство, И. Марков твърди, че темата за неформалното натурално самозадоволяване е сравнително слабо изследвана и аз смея да се съглася с това твърдение (Марков 2019: 180). Проблемът за домашното производство е обект на изследване предимно от икономическа, социологическа и етнологичка перспектива, но сякаш фрагментирано, с анализ на ограничени части на явлението или пък разглеждането му само като елемент в рамките на друг проблем. Основната парадигма е представянето му като унаследена традиция, която продължава съществуването си в съвременността, запазвайки голяма част от спецификите си. Най-често се акцентира върху икономическите аспекти от битието на българина или върху общностни и родствени отношения и предаване на знанието. Пример е едно скорошно изследване за отглеждането на „баничански лук“ (местен сорт лук от село Баничан, Гоцеделчевско), както за лична употреба, така и за продажба, в което се засяга въпросът за ретрадиционализацията и новата положителна оценка на локалността. В него се твърди, че *„процесът на валоризация на определени местни сортове и раси растения е ценностно осмисляне на връзките между човека и територията, представя възможност да се предаде стойност и континуитет на определен начин на живот; на знания, умения и практики, обвързани с екологичната среда, съхранени през десетилетията“* (Ганева-Райчева и др. 2021: 87). В същото време от текста става ясно, че повишаването на значимостта и популярността му се коренят в съвременността и че в предходни исторически периоди този сорт не е бил нито основна и

водеща земеделска култура, нито е бил единственият сорт. По време на социализма производството на лук дори е било силно ограничено, поради тютюнопроизводството, което е имало водещо място в местната аграрна дейност. В действителност по-голямо внимание към сорта и активност по отглеждането му се случва през 90-те години на XX в. и идва като външна политическа инициатива.<sup>2</sup> Също така се казва, че сега се прилагат нови технологии и знания, нови методи при отглеждането му (като например много по-честото пръскане срещу вредители и болести), отглеждането на различни места и различно количество, друга оценка за естеството на труда. Твърди се, че качеството и вкуса на лука (чието опазване се търси) идват от уникалната местна природна среда, но в същото време се говори за различните условия сега, които влияят като „замърсяването на река Туфча, в която три села изхвърлят отпадъчните си води, както и невъзможността за редовно поливане“ (Ганева-Райчева и др. 2021: 80). Като цяло липсва анализ на континуитета на традицията, причините за промяната в оценката и нагласите и съвременния национален и глобален социокултурен и икономически контекст. Напоследък се публикуват и изследвания, отчитащи връзката между социалните и културни предизвикателства на съвременността и употребата на традицията при изграждане на идентичността. Повечето обаче, отправят поглед към по-видимите и публични прояви, като ставащите все повече и популярни локални кулинарни фестивали, фермерски събития и прочее или пазарните и икономически явления. Така от една страна индивидуалната личностна перспектива и битовизмът на ежедневието остават леко встрани и настоящият труд ще се опита да запълни този пропуск. Изключително подходящ за поставената цел е именно етноложкият метод, възприет в изследването, с многократно посещение на едно и също място за провеждане на теренно проучване, с включено и невключено наблюдение, с дълбочинни интервюта и неформални разговори. От друга страна и с още по-голяма тежест в това изследване се цели да се посочи и подчертае факта, че става въпрос за явления, които изглеждат са глобални универсалии. Разглеждането на проблем само през призмата на унаследената традиция и откъснато от модернизационните и глобализационни процеси, които активно променят социалния и културния контекст, би довело до ограничен и дори погрешен прочит върху явлението и настоящият опит цели да преодолее това.

Трябва да се спомене, че ценност на изследването е и синхронното регистриране на локални специфики в различни географски и културни региони в страната. С проучвателните пътувания бяха обхванати северозападните части на страната с прословутите си пло-

<sup>2</sup> Въпрос, който ще бъде по-подробно разгледан в друга част от настоящото изследване.

дородни земи в община Лом, родопските планински територии на община Смолян и Кюстендилската котловина. Безспорно доста разнообразни терени, предлагащи съвсем различни условия за земеделие и производство, селищна система и комуникация, както и културни и исторически специфики. Теренът включваше от много малки, почти обезлюдени, до много големи, дори разрастващи се села и общински градове. По този начин се откरोиха и селските, и градските особености, както и взаимодействието им като част от единна система.

### *Традиционният феномен*

Четейки двете статии на И. Марков за натуралното самозадоволяване (за периода на социализма и след промените от 1989 г. до 2007 г. година) ми е трудно да очертая някаква колосална разлика със сегашната картина чисто структурно. Домашното натурално производство включва отглеждането на хранителния продукт (растителен или животински) или събирането на диворастящи видове, преработката, консервирането и съхранението. Не е задължително да присъстват всички етапи и понякога продуктите, от които се приготвя зимнина, се купуват. Домашната продукция е масова практика за селските жители и за гражданите с корени и имоти в селото, където се отглеждат предимно плодове и зеленчуци в градината. В малките градове като Лом, Смолян и Кюстендил е често срещана практика, тъй като повечето от жителите имат или дворно място в града или в близките села. Отглеждането на животни почти изцяло е само в селата и то силно ограничено, особено в сравнение с предходни години. В съвременността това най-често са кокошки и понякога зайци, докато едри животни за месо и мляко почти няма. Продукцията не е специализирана, има от всичко по малко и предимно за лична употреба. Заниманията със земеделска работа са след работно време и в почивните дни, с изключение на пенсионерите, които разбира се имат активно участие. Не бих казала, че се регистрират съществени промени във вида или обема на зимнината, начина по който се прави и/или консумира домашната продукция.

За периода на социализма, според И. Марков, самозадоволяващото се стопанство е преди всичко начин за преодоляване на дефицитите на социалистическата икономиката (Марков 2016, 2019: 180). За годините след 1989-а той поставя акцента върху икономическата криза. Безработицата, ниските заплати, растящите цени, инфлацията и цялостното обедняване превръщат домашното производство в жизнена стратегия, целяща изхранване и подпомагане на семейния бюджет и *„в немалко случаи дори единствената възможност за физическо оцеляване“* (Марков 2019: 190). Той също така споменава и значение-



то на семейно-родствените отношения, но то също е в контекста на икономическата криза в страната. Под влиянието на икономическите условия се активира неформалното подпомагане между селото и града и това е *„причина не само да се запазват връзките им с роднините на село и земеделският труд от предходния период, но дори да се засилят“* (Марков 2019: 190). Установяват се специфични обменни отношения, които помагат на градското население да пести от купуването на храна в града. Спестяванията са важна част от семейния бюджет и се използват за по-добър жизнен стандарт и образование на децата (Марков 2019: 190). В друго, социологическо и не толкова актуално, но обемно изследване върху неформалната икономика, Т. Чавдарова стига до същите изводи *„При социализма личното стопанство е функция на дефицита и традицията. Сега натуралното производство става все повече функция на бедността“* (Чавдарова 2001: 195). И двамата говорят за разрастване на дела на натуралното стопанство, като то се обвързва със задълбочаване на кризата.

С оглед обема на настоящия труд не би могло да се разгледа по-детайлно разликата в икономическата реалност, която ни заобикаля сега и тази от края на миналия век и началото на новото хилядолетие. Затова ще представя няколко примери, които считам за достатъчно илюстративни. Така например, в социологическо изследване за периода от 90-те години на 20-ти век се твърди, че около 30% от населението на страната не участва в пазара на стоки и услуги (Райчев 1999: 22). По-красноречиво е това, което споделя в дисертационния си труд<sup>3</sup> J. Yunson, антроположка от Харвардския университет, която прекарва 17 месеца в България в периода 1999 – 2002 г., изследвайки потребителското общество тук. Въпреки че външните изследователи по-трудно вникват в дълбочината на някои културни специфики, то по отношение на най-очевидните и прости неща често имат предимство. Тя отбелязва масово споделеното сред българите мнение за липсата им на потребителска култура: *„Каква потребителска култура. Как да имаме такава, ако нямаме какво да ядем“* (Jung 2007: 48). Това е нещо *„което нормалните страни имат“*. В последните 20 години обаче България усилено догонва тези страни, както с увеличаване на покупателната си способност и активност, така и с възприемането на нови нагласи, практики, модели на консумация. Докато се стигне до настоящия момент, когато новото толкова е станало част от *„нормалния“* живот, че вече може да си позволим и критика, че даже и да го отхвърлим, следвайки дискурса на модерните анти консуматорски движе-

<sup>3</sup> Повече по темата виж: Потребителски оплаквания: Етнографско изследване на потреблението, нуждите и ежедневните оплаквания в постсоциалистическа България (Consumer lament: An ethnographic study on consumption, needs, and everyday complaints in postsocialist Bulgaria), (Yunson, 2007).

ния. Логично също така се очаква, че с преодоляването на кризата и развитието на потребителската култура, натуралното стопанство ще се свие и ще изгуби значението си. Но ситуацията, която се наблюдава последните години въобще не отговаря на тези очаквания. Така изглежда картината и според проучване на Галъп интернешънъл, в което 74% от анкетираните са приготвяли домашна храна и напитки като туршия, лютеница, компоти, ракия и др; 71% често използват домашно приготвена зимнина, а 66% предпочитат домашна ракия.<sup>4</sup> Над 62% от българите твърдят, че те или техни близки отглеждат овощни дървета и/или зеленчуци за лична консумация и 64% имат близки, приятели и роднини, които отглеждат домашни животни за месо, мляко, яйца и др. *„Разлики има и в начина, по който жителите на малките населени места и областните градове и столицата отговарят. Но отново дяловете на положителните отговори по отношение на традиционни за битата ни дейности, като приготвяне на зимнина и консумация на домашна ракия и туршия например, са около и над половината, независимо от населеното място, макар и значително по-високи в по-малките населени места. Все пак изглежда че що се отнася до столицата, мнозинството от жителите са изоставили отглеждането на животни и растения и извършването на ремонтите самостоятелно, но не и приготвянето на зимнина, употребата на домашна ракия или простирането на дрехите на терасата“* (Пак там). Според изследването дори и най-младите респонденти разчитат на зимнина, като това са близо една втора от всички запитани младежи. За разлика според данните, които изнася Райчев в посоченото социологическо изследване от 1999 г. едва 45% са заети в лично стопанство (Райчев 1999: 47). Данните на „Галъп интернешънъл“ са сходни с картината, регистрирана в личния етнографски терен.

Ако приемем, че твърдението за икономическата принуда е все още валидно, означава, че 75% от населението (предвид посочената по-горе статистика) слага зимнина, за да оцелее. Това не просто изглежда твърде нереалистично, но и не отразява оценката и нагласите, регистрирани в настоящия изследователски терен. Като цяло при обосноваване на мотивацията за дейността не доминира икономическият фактор. Теренните изследвания показват, че съвременното домашно натурално производство не се възприема като кризисна мярка и липсва асоциация с чувството за лишение и бедност. Точно обратното, създава се впечатлението за нещо ценностно. Представя се като една екстра, която си заслужава усилията. Показателен е начинът, по който се презентира направеното, без резерви, с неприкрит

<sup>4</sup> Ежемесечна изследователска програма на „Галъп интернешънъл“, проведена в периода между 4 – 10 септември 2019 г. сред 802 души и според тях представителна за населението на България на възраст над 18 години (<https://www.gallup-international.bg/42222/every-day-life-bulgaria/>).

ентузиазъм и най-вече с чувство на гордост. Набляга се на идеята за пазители на традицията, на локалната специфика и идентичността. Отчитат се като значими и социалните измерения, влиянието върху родствените отношения и връзки, както и естеството на заниманието, употребата на времето и личните ползи. И. Марков също говори за социалните мотиви при поддържането на традицията на домашното производство и както ще се покаже по-нататък в настоящия текст много от тях могат не само да бъдат засвидетелствани и днес, но и са придобили повече тежест от икономическата принуда или от несъзнателното възпроизвеждане на културни норми. Показателно е също, че усилията в домашното производство не идват толкова от по-възрастното поколение и изглежда, че младите хора стават все по-активния елемент в процеса, което поставя доста въпросителни. Поколението, което инициира домашното производство през 1990-те години и началото на новото хилядолетие масово са хора, израснали с подобен вид трудови занимания, дори част от тях да са мигрирали към града.<sup>5</sup> Теренните проучвания показват, че инициатори на дейността са хората около 40 годишна възраст. Възрастните и децата участват периферно в процеса. Поколението, което в момента е активната сила са хората между 30-50 години, които са родени в края на социализма и преминават през прехода като юноши и младежи. Промените от началото на 1990-те и миграцията към града от края на века и началото на новото хилядолетие прекъсва до голяма степен пряката връзка със земята и отношението към подобен труд.<sup>6</sup> Какво остава за поколението, родено в новото хилядолетие. Въпреки това последните са част от работната сила в домашното стопанство, а както се посочи, не малък дял и от консуматорите. Ангажираността и най-вече позитивната нагласа се засвидетелства от респондентите и контрастира с твърдението на Марков, че постигането на финансова сигурност води до конфликт между поколенията, тъй като по-младите смятат земеделското стопанство за излишно и се включват, за да удовлетворят своите родители (Марков 2019: 196).

Така се стига до въпроса, защо ако покупателната способност е белег за добър жизнен стандарт, а домашното натуралното производство за обратното, се отчита засилен интерес към него. Логичен извод

<sup>5</sup> Статията на И. Марков за натуралното самозадоволяване (Марков 2016), в която се проследява развитието на натуралното стопанство за собствени нужди в годините на социализма и след промените от 1989-та година, е особено ценна за нагласата и поведенческите модели от преходните периоди.

<sup>6</sup> За миграцията от този период виж „Да живееш там, да се сънуваш тук. Емиграционни процеси в началото на XXI в.“ (Карамихова, М. (съст.) 2003); „Миграции, пол и межкултурни взаимодействия в България“ (Хайдиняк, М. (съст.) 2011).

е, че това, което се наблюдава е преднамерено отказване от блага или преосмисляне на ценностите. Възщност това е съвременно явление, известно на запад с английското понятие *downshifting*, което съдържа идеята за намаляване на темпото на работа и на консумация, както и отказ от някои социални отношения и придобивки. У нас също все по-широко се говори за завръщане към селото, природата и традицията, за появата на един нов мироглед и ценности (Dimova 2016). Както ще се разгледа в този текст, това не са родни специфики, а глобална тенденция за увеличаващ се интерес към алтернативни социални и културни модели и развитието на домашното производство (и не само на хранителни продукти), е част от този процес. В търсенето на причините за тази промяната в нагласата на фокус попада идеята за саморефлексията, за преосмислянето и трансформацията на битувачите модели на организация на обществото като реакция на предизвикателствата на съвременния свят и затова анализът трябва да започне именно оттам.

### *От модерност към нещо ново*

Как бихме могли да определим едно актуално и жизнено културно явление като продукт на традицията или модерността, ако самата съвременност е понятие, което трудно се поддава на дефиниция. Опит да се отговори на този въпрос се открива в концепцията за постмодернизма, която търси да чертае тънката границата между утвърдено и навлизащо. За постмодернизъм е трудно да се говори, тъй като в теоретичния дискурс твърденията варират от невъзможността да се дефинира, към отричане на съществуването му до твърдението, че вече е „залязъл“ (например Featherstone 2007). Погледът към него в научните среди и публичното пространство се насочва по-активно от 70-те години на XX век и се изразява с появата на широк скептицизъм, субективизъм или релативизъм, съмнения в утвърдените идеологически постулати и критика към хегемонията на политическата и икономическата власт. Най-лесно постмодернизмът се очертава чрез опозицията му с модернизма. Ако при последното са налице вярата в логиката, рационалното, науката и познанието, технокрацията, то при постмодернизма има отказ от обективното, от идеалите, прогреса и авторитетите. Ценности стават субективизмът, индивидуализмът, саморефлексията. Основното е съмнението във валидността на нормата и ценностите на модернизма и едно цялостно разочарование и чувство за неуспех, което налага преоценката на всичко. Струва ми се, че най-голямата трудност при консолидирането на понятие, което да обозначи сегашния стадий на развитие на обществото идва от факта, че наблюдаваме процес на сътворяване, който не е приключил.

З. Бауман в дълбоката си критиката към съвременността с концепцията си за „течната модерност“, в която нищо не е стабилно и устойчиво (Bauman 2000), сякаш намира разковничето на проблема. Но и той, както и други именити личности попадат под силата на тази твърде динамична и хлъзгава материя и не успяват да го рамкират в завършена и единна концепция. У. Бек и А. Гидънс правят подобен опит, но стигат до ограничаването му в някоя от по-явните му характеристики като „глобална“, „радикализирана“, „рефлексивна“ модерност (Beck and ed. 1994). Ж. Липовецки пък го приема просто като кратък период на преход от модерността към хипермодерността – крайният ѝ най-висш етап (Липовецки 2005). Общото за всички тези трактовки е качествяването на постмодернизма не като самостоятелен етап, а като временно състояние на модерността. И. Хасан е по-малко критичен и подхожда с повече конструктивизъм, може би заради по-ранното му навлизане в проблематиката, когато явлението не е толкова натоварено с комплексността на съвремието. Той изтъква няколко основни елемента на постмодернизма, които имат отношение към разглеждания тук проблем – плурализъм, индетерминираност и иманентност. Според него *„...историята се развива в ритъм, който е и прекъснат, и непрекъснат. Ето защо днешното господство на постмодернизма, ако то наистина съществува, не означава, че идеи или системи от миналото са престанали да моделират настоящето. Всъщност традициите се развиват и дори видовете еволюират“*.<sup>7</sup> Постмодернизмът не е тотална опозиция на модернизма и в много отношения запазва неговите постулати. За изследвания тук проблем, обаче не е от значение дали постмодерното има достатъчно основания да се представи като съвсем нова ера в човешкото развитие или може да бъде считано за елемент на модерността. Възприемането му в този текст, както и в някои други трудове, е не като на исторически период, а като на трансисторическо явление, което характеризира не конкретно време, а съдържанието му. Поради тази комплексност се стремя да конкретизирам и огранича максимално употребата на понятието, като се фокусирам върху това как постмодернизмът се отнася към модерността като ѝ се противопоставя, изкривява и интензифицира.

### Глобално-локално

Въпросът е откъде се поражда този песимизъм в модернизма, какво той донася, с което съвременният човек не е съгласен? Вече беше споменато хегемонното утвърждаване на определени културно-

<sup>7</sup> Хасан, И. 2000. Към понятието за постмодернизъм (Послеслов към „Разчленяването на Орфей“). – Електронно списание LiterNet, 09.04.2000, № 4 (5) <<http://liternet.bg/publish1/ihassan/hassan.htm>, 20.07.2022 г.

идеологически модели и ако не създадено, то поне със сигурност е улеснено и протича паралелно с разпространението на глобализацията. Разбира се, в тази връзка не може се пропусне революцията в сферата на информационните и комуникационните технологии, които от своя страна създават безпрецедентна мобилност на хора, стоки, услуги, капитали, идеи и прочее. Така възниква възходът на глобалния капитализъм, на неолибералната вълна, либерализацията на търговията, ускорените иновации и производство, промяната на селскостопанските пазари, появата на транснационалните компании и супермаркети. Дори едно скромно ежедневие, което успява да се отдели от политическите, социални и идеологически скокове и завои, не може да избяга от плурализма, повишения риск, несигурността и динамика, които донасят изброените трансформации. Според Гидънс глобализацията неминуемо ускорява цикъла на икономическо натрупване, а това предоставя средства за интензивни културни иновации, които в много случаи могат да доведат до социални кризи и дезорганизация (Giddens 1991). Макар да дават възможност за еманципация, модерните институции понякога по-скоро потискат, отколкото подпомагат развитието на личността, ограничават личния опит и преживявания и разрушават защитния механизъм на малките общности и на традицията, заменяйки ги с много по-големи безлични организации (Giddens 1991: 6; 33). Индивидът, се чувства лишен и самотен в свят, в който му липсва психологическа подкрепа и ~~чувство на~~ защита, които традиционната среда иначе му предлага. Въпреки изключенията и противоположните тенденции, като цяло ежедневието започва да се отдалечава от установената природа на опита и преживяванията, което води до поставянето на екзистенциални въпроси и дилеми. Стига се до загубата на смисъл и последваща самоизолация, като става въпрос не толкова за отчуждение на индивидите един от друг, колкото от моралните ресурси, нужни за пълноценен живот. Опозицията глобално-локално и кризата на личността водят до засилено търсене на опори за изграждане на идентичността. Според Р. Пожарлиев първият „пророк“ на това развитие е Самюъл Хънтингтън, който *„прогнозира, че икономическата и политическа експанзия на Западния свят по цялото земно кълбо ще постави под въпрос жизнените, а защо не и екзистенциалните форми на самосъзнание на народите, групите и личностите. Под агресивния натиск на моделите на живот на Запада, под възбудата на чувството за застрашени корени и идентичност, заплашените народи ще реагират, реанимирайки и опубличностявайки уж позабравени, но в действителност латентно съществуващи техни извори. По този начин, противно на глобалните универсалисти, Хънтингтън по-скоро предрече фрагментирането и размножаването на идентичностите“* (Пожарлиев 2013: 298).

Целият този сблъсък и трансформация може да се сведе конкретно до отношението към храната. Ако в традиционното общество потреблението на храна е свързано с избора, ограничен от локалните особености, а в модерността се характеризира с масовата продукция, то в постмодерно време се стига до индивидуализирани и фрагментация в хранителните навици. От идеологическа гледна точка този процес протича с промяната в значението на храната от белег за принадлежност, през идеята за храна без идентификационен маркер до търсенето на идентичност в и чрез храната. Р. Пожарлиев привежда красноречив пример за взаимодействието глобално-локално с опозицията между може би най-емблематичната глобална верига за бързо хранене – Макдоналдс и кухнята на Балканите, възплъщаваща идеята за бавното хранене и локалността: *„Такава опозиция изглежда евристична, тъй като има и исторически конотации и препраща и към известното социологическо противопоставяне на модерност и традиционно общество. С други думи, Макдоналдс печели територии, защото е бърза, т.е. модерна кухня, а българската кухня няма шанс, защото е предмодерна и бавна... Победителят в този сблъсък изглеждаше предизвестен“* (Пожарлиев 2013: 302). Изглежда опозицията бърза и бавна кухня се явява своеобразен лакмус за глобално-локалното и универсализиращите и партикуларизиращи тенденции (Кръстева-Благоева 2017). Р. Пожарлиев обаче счита, че има какво да се противопостави на хранителния глобален колос и това е хранителният консерватизъм и *„качествата на вкуса, но с уговорки от патриотичен характер“*. Показателно е и наблюдението му, че трансформиращата и стандартизираща функция на глобализацията се приема като заплаха за националното своеобразие, но в области като машиностроенето, автомобилостроенето и производство на бяла техника това настъпление е по-поносимо. Причината за този консерватизъм по отношение на храната е именно в традиционната ѝ роля на културен код, участващ в изграждането на идентичността. Националната кухня създава особена смесица на чувство за принадлежност към мястото, рода, социална и културна среда. *„Българското все повече се идентифицира не с територията или вечния български род, а с шопската салата, таратора, шкембе чорбата и кебапчетата... В търсенето на идентичността си ние се принуждаваме да се вкопаем назад във времето, да изровим старите бабини тетрадки и да намерим в тях доказателство, че сме идентични“* (Пожарлиев 2013: 308).

### ***Ретрадиционализация и валоризиране на локалното***

Този процес охарактеризира това, което се нарича ретрадиционализация на модерността (Giddens 1994), при която може да се наблюдава взаимното влияние и трансформация между идентичностите и

модерните институции, като следствие от двупосочното въздействие на универсализиращите и фрагментиращи процеси на глобализацията. Измененията, провокирани от нахлуването на глобалните тенденции на локално ниво, не изменят само последното, защото то не остава пасивно. Напротив, създава се насрещно влияние, което оказва въздействие върху нововъведенията и ги променя, така че да могат да са релевантни на потребностите. За новата уникална хибридна среда, Пожарлиев дава много добър пример с появата на хамбургер наречен „хайдушки“. *„Сегашият постмодерен свят е свърталище от архетипи на домодерното, но в областта на кухнята те са дори прекомерно много“* (Пожарлиев 2013: 309). Причудливият културен бриколаж е реакция, породена не просто от навлизане на чуждото, но и от съзидателния процес по творенето на собствената култура. Това е един своеобразен експеримент с нови мирогледи и вкусове, чиито произход и значение понякога не са съвсем ясни. Липсата на ориентири и невъзможността императивно да се постави границата между наше и чуждо, добро и лошо, полезно и вредно създава чувство на несигурност и прави изборът труден. И често резултатът е едни „фюжън“ форми, съдържащи в себе си явни оксиморони. Така глобализацията носи не само риск, но и възможност за изследване, разширяване и преформулиране на собствената култура. Една рефлексия, продиктувана от необходимостта от актуализация и преутвърждаване. Резултатът е не просто завръщане към стабилността, към познатото и традицията, но предефиниране и валоризиране на наследството и идентичността.

В този процес локалното придобива ново значение. Всяка местна специфика става важен ресурс за изграждането на новата постмодерна идентичност и източник на социален капитал. Това е точно обратното на разбирането на Бауман, че да бъдеш местен в глобализирания свят, е знак, че търпиш лишения и социално деградираш (Бауман 1999). Традицията все повече се вижда като източник на авторитет, а нейното познаване като личностна житейска реализация. Домашната храна и още повече знанието и уменията да я приготвяш става повод за гордост, което е особено видно от отношението на респондентите. Във всяко интервю, проявяването на интерес към домашното производство предизвиква открит ентузиазъм в респондентите да покажат и споделят направеното или наученото. Най-често желанието е да ни отведат в мазето със зимнината или при домашните животни, ако имат, да споделят надълго и нашироко рецепти и да ни подарят различни консервирани от тях храни или напитки. Така например на гости в едно родопско село, домакинът, мъж около 35 годишен и тъщата му, ни развеждат с охота в мазето си, което като повечето не е най-представителното помещение в къщата. В действителност влагата, плесента и натрупаният дебел слой прах, както и



изобилието от миши изпражнения, не са най-добрата среда за съхранение, още повече за презентиране на хранителни продукти. Това обаче изглежда не притеснява нашите домакини или ако е така, то не е достатъчно, за да спре желанието им да се похвалят с пригответената зимнина. Осолоеното месо седи отворено в средата на помещението в стара пластмасова кофа от боя и се поднася като ценен трофей и въпросът ми дали това не е вредно, предизвиква открито учудване. Средата и модернизацията ѝ тук нямат стойност, защото централна е идеята за ролята им като пазителите на наследството. В много интервюта личи и претенция за уникалност. Колкото по-стара е рецептата и по-традиционна храната, толкова по-голям е и символният капитал, който тя носи.

Тук правдиво звучи идеята, че *„човек не просто консумира, но и вади консумацията си на показ. Всички ние играем театър, особено когато консумираме“* (Болц 2004: 96). Новото валоризиране на локалното и в това число на местната кулинарна традиция започва да става все по-осезаемо в последните години както в междуличностните отношения, така и в публичната и медийната среда. Очевидно е че респондентите осъзнават новопридобития символен и социален капитал, но като че ли в масовия случай предимно се употребява, отколкото тенденциозно да се гради. Усилия за последното полагат предимно обществените организации и дейци, както и отделни представители на бизнеса. Добър пример е спомената статия за баничанския лук, където се казва, че *„активна роля във валоризацията на местните форми лук имат външните актьори, специалистите, които съдействат за осъзнаване на ценността на съществуващите биологични ресурси“* (Ганева-Райчева и др. 2021: 87). Визира се читалището и неговият секретар, като основен фактор за популяризирането на кромида и мотивирането на местните производители за отглеждането му. Изброяват се различни кулинарни проекти и фестивали, които се организират през последните десетина години и служат като инструмент за валоризацията на местния сорт. Аналогични процеси и събития свързани с възкресяване на локални традиции, събори, фермерски пазари и изложения, кулинарни фестивали и др. се случват повсеместно в страната в същия период. Растящ е и интересът към тях от страна на обществеността и медиите. Според Р. Гаврилова този бум на нови празници и форми на празнуване отговаря на дълбоки потребности, както на индивидите, така и на общностите, вследствие именно на глобализирането и фрагментирането и на чувството за дефицит на общност и идентичност<sup>8</sup>.

<sup>8</sup> Гаврилова, Р. (б.г.) Новата автентичност и тъждеството със самия себе си. <https://www.seminar-bg.eu/spisanie-seminar-bg/broy19/item/584-novata-avtenticnost-ili-tazhdestvoto-na-samiya-sebe-si.html>, (20.07.2022 г.).

Появяват се и различни предприемачи, които започват да разглеждат и използват по нов начин ресурсите, които локалното и традицията предлагат. Ценен пример за това явление е изследването на В. Барова, в което тя показва как „традиционното“ е „етикет“ и неговото подчертаване е част от пазарните стратегии на производителите, които включват в себе си ретрадиционализацията и релокализацията на продуктите и производствата в един глоболизиращ се постиндустриален свят“ (Барова 2018: 202). Така културното валоризиране става основа и за икономическо остойносттаване. По отношение на баничанския кромид авторите стигат до заключението, че значението на местния лук по-скоро се преосмисляне през неговия икономически потенциал, а не толкова през родовата памет и културно значение (Ганева-Райчева и др. 2021: 83). Повдигането на нивото на местната икономика и символния капитал, който носи традицията, задочно се отразява на всеки член на общността. Така се изгражда и утвърждава локалната идентичност. Промяната в оценката на средата влияе на нагласата и взаимоотношенията на мигриралите с родното село, като засилва социалния обмен и връзки. По този начин валоризирането на традицията и локалността се пренасят в много по-широк социален кръг.

### *Критиката към модерния консуматор*

Не може да говорим за потребление в съвременността и това да няма отношение към явлението консуматорско общество — може би най-видното и едно от най-противоречивите и проблематични лица на модернизацията. С техническата революция, увеличаването на продуктивността и градското население в модерното общество фокусът на индивида се измества от удовлетворяване на нуждите към удовлетворяване на желанията (Бауман 1999: 22). З. Бауман твърди, че основната роля на индивида вече не е да произвежда, тъй като съвременното общество не се нуждае от промишления труд на населението, а от способността му да бъде консуматор. За промяната в потреблението по-активно започва да се говори от 1970-те години на XX век. Тогава се появява и дискурс в западното общество, разискващ променящата се диета на населението и установяването на нов модел на потребление, градящ се върху появата на едно нова „ситост“. Тя е противоположна на традиционния модел, където ситост няма, а по-скоро обратното. Появата му е свързана с поевтиняването на храненето спрямо другите основни нужди, както и с по-широкия достъп до калорична, качествена и здравословна храна. Различно е и разпространението на храната, което вече не е ограничено до местните пазари и до сезонните продукти. Последниците за потребителите от либерализирането на пазара и навлизането на новите глобални мул-

ти компании и супермаркетите са както положителни, така и отрицателни. От една страна има съществени подобрения в стандартите за качество и безопасност на храните, по-висока степен на информираност на потребителя, конкурентни цени, технологични и утилитарни нововъведения и удобства. От друга страна обаче се стига до увеличаване на по-евтините преработени и с по-ниско качество стоки, особено в развиващите се страни. Очертават се нови социални проблеми и неравенство, задлъжнялост на населението, упадък на местните пазари и общности, финансови спекулации, технически неуспехи, фалшификации и прочее. Общественото доверие в съвременния проект намалява най-вече по отношение на промишлеността, държавните институции, органите и експертите (Giddens 1990). Реакцията срещу социалните и природни последици на неолибералните политики и индустриализацията на селското стопанство са причина в общественото пространство да се заговори за т.нар. „етични избори“ при потреблението. *„Ангажираните с нея актьори пледират за утвърждаване на производство, отговорно към околната среда, справедливо заплащане на селскостопанския труд, къси вериги на доставка на аграрни храни и продукти и хуманно отношение към животните“* (Марков 2018: 193).

В търсенето на алтернативи се стига до връщане към модели от традиционното земеделие. Заедно с това расте и значението и интересът и към домашното производство. Трябва да се каже, че ретрадиционализирането на производството не е по-отношение само на храната, а е част от едно по-широкомащабно явление, свързано с популяризирането на всякакви дейности от типа „направи си сам“ (световно популярно с английското съкращение DIY). Теренът също показва, че заниманията с натурално домашно производство най-често вървят ръка за ръка с друг тип домашни инициативи. Така например информатор (мъж, ок. 40 години, с. Ковачица, Ломско.) в свободното си време освен, че отглежда зеленчуци в градината си, гледа прасе и зайци за месо, кокошки за яйца, сглобява компютри от стари части за себе си и за продан, меси си сам хляб с наскоро купени две хлебопекарни и дори си произвежда собствено биогориво. Бауман казва, че потребителското общество е култура на забравянето, а не на ученето (Бауман 1999: 106). Причината е, че се търси непосредственото удовлетворяване на нуждите при употребата на минимални умения и усилия. Движението „направи си сам“ е антигеза именно на това и в последните години се превръща в своеобразен бунт на постмодерното общество срещу консуматорските практики. Домашното производство на храна, възпяваща идеята за усвояване и натрупване на умения, често в резултат на дълга и сериозна практика, изглежда напълно релевантно на новите алтернативни търсения. *„Постната манджичка, която сме свързвали с бедността на детството, става предмет на*

*гордост и се сервира на чужденците туристи дори с известно високомерие. Видите ли, всеки може да впечатли с храна, демонстрираща богатството на продукти, но не всеки може да прави от нищо нещо“* (Пожарлиев 2013: 308). Това изглежда и като начин да се балансират социалните и културни неравенства на модерността сътворени от йерархията на глобално-локалното и развити-развиващи се общества. Известно обяснение на тези процеси дава статията на Е. Кръстева-Благоева, която изследва промяната в нагласите към българския потребител – от такъв, задоволяващ се със стоки второ качество (спрямо западноевропейските стандарти), към представата за друг тип потребление, в което изкрystalизират неочаквани позитиви. В новата си роля „българите са не „втора ръка потребители“, а „необикновени потребители“ – те продължават (както и преди 1989 г.) да компенсират своята бедност с лични качества като сръчност, различни умения и способност да се направи „от нищо нещо“ (Кръстева-Благоева 2014: 162 – 164).

### **Био или селско**

В последните години се наблюдава тенденция на повишено желание за информираност от страна на потребителите за произхода и естеството на храната, да разнообразяват и обогатяват хранителната си култура и като цяло екологични нагласи и различни движения за здравословен живот. Част от този процес представляват и т.нар. био храни. Те са реакция на споменатото недоверие в модерния производствен процес, контрола на качеството, спекулациите с опаковките, етикетирването и съставките. Био храната се цени, заради идеята, че е по-безопасна и здравословна, поради възможността за проследяването на произхода и процеса на производство, както и заради етичните и екологични причини, които мотивират производството и (Алексиев и др. 2018). В това отношение България следва европейските тенденции и се оказва, че произвеждаме не малко био продукти, които имат успех на европейския пазар. Но по отношение на консумацията родината доста изостава от западноевропейските държави (Dimitrov, Ivanova 2017: 11). Производител на череши в Кюстендил, който има 60 декара насаждения, казва, че не е доволен от начина, по който се пласират черешите му и работи по направата на цех, за да произвежда био сладко от череши. Градината му е био сертифицирана по програма млад фермер, понеже така се получават „повече точки“. Според него повечето от по-големите производители в региона имат био сертификат. В същото време твърди, че в България няма пазар за био продукти и че у нас никой не го интересува дали имаш био сертификат, а само размера и качеството на черешата. Все пак иска да направи био сладкото, с надеждата да го пласира в София и на европейския

пазар, тъй като счита, че там хората имат финансовата възможност да си го позволят. Желанието му е бъдещото сладко да не се асоциира с известното кюстендилско сладко, а с наименованието на селото му — Горановци. *„Кюстендилска череши е много изтъркано според мене... Самоковски картофи навсякъде се продават и смилански боб, къде никой не знае кво яде. Идеята е да ядеш, това което тебе да ядеш. Пише био череши, да е био череши, не само да пише на етикета, а да е качествено. Може да ядеш малко, но да е направено както трябва.“*<sup>9</sup>

От значение са и европейските политики за насърчаване на био продукцията. Така например 92-годишна наследствена пчеларка, решава да се сертифицира като био производител за пръв път преди 5 — 6 години. Причината е, че получава субсидия като био производител. След като срока на сертификата ѝ изтича, тя не кандидатства повторно, тъй като не е имало субсидия, а задължителните изследвания (на стойност около 200 лв.), които трябва да плати от джоба си, ѝ се струва неоправдан разход. От друга страна все пак носи био сертификата си с нея на пазара, макар и с изтекъл срок на годност. Според нея той е ненужен и успехът ѝ се гради на реномето ѝ, че тя е потомствена пчеларка, опираща се на опита и традицията и произвеждаща „чист“ мед. Това е и причината да го продава за 12 лева буркана, докато другите, които тя нарича прекупвачи (защото го купуват от магазина, а го пласират на местния пазар като домашен) го продавали по 10 лева. В тези случаи ясно проличават двупосочните процеси на модернизацията и глобализацията и сблъсъка с локалното. От една страна глобалните политики, които оказват влияние и върху малките локални пазари и производство, а от друга страна тяхната реакция, която ги изкривява и употребява по собствен начин спрямо местните практики и нагласи. На споменатата пчеларка и е било нужно само веднъж да си извади био сертификата, за да покаже по-скоро, че новите стандарти съответстват на нейната заявка за качество, отколкото обратното. Оценката към нейната продукция е константа и няма нужда от легитимация, а отношението към модерните изисквания е като към временна мода.

В световен план появата на био храната е преди всичко резултат от реакциите, предизвикани от екологичната криза. Тук обаче, отчитайки нагласите сред респондентите и информацията, която имат по екологичната проблематика, оставам силно скептична, че това има значение. Слушайки критиките и анализите се създава усещането, че по-скоро се цитира дискурса в медийното пространство, предвид терминологията, клишетата и заучените фрази. В един по-задълбочен разговор обаче става ясно, че за тях няма много повече информация и разбиране. Най-любимият ми контраст е съхранението на

<sup>9</sup> Мъж, 38 години, с. Горановци, Кюстендилско.

събрания от градината шарен боб в пластмасова бутилка от кока кола (собствена снимка от 2021 г., Родопите). Кока кола и пластмаса — може би едни от най-големите емблеми на консуматорското общество, нездравословното хранене и екологичния дискурс, в противоречива комбинация с друг възприет символ на родната домашна кухня (въплъщават идеята за бавното и здравословно хранене). Отново смятам се наблюдава двупосочното оформяне на глобално-локално. От една страна има търсене на „автентична“, „чиста“, „натурална“ храна, без гмо, консерванти, пестициди, пластмаса и т.н., което съвпада с глобалния тренд. *„Всичко което може за храна, не купувам нищо от магазина. Опитвам се да се храним правилно. Това, което купуваши са некви хартии тоалетни. Аз съм виждал как го правят. Като заколя телето, синва кръвта в баката. Там слага тоалетната хартия. Миксира се с една бормашина, даже не е няква специална техника. С една бъркалка, слага там малко подправки, малко сланичка и готово. Айде яж. Нема да ядем никога такава! Не искам да го виждам.*<sup>10</sup> От друга страна стойността на био храната в нагласите на българина не идва от технологичния процес и гаранциите за качество, като сертификатите. Очевидно и храната с био стандарт и масовата продукция са подложени на критика, произтичаща от недоверието към модерните идеологии и институции. В действителност има и известно негативно отношение към био храната. Много често респондентите дори влагат подигравателна нотка към самото понятие „био“. Отношението е като към поредната небивалица на модерността, чиято същност и значение им остават не съвсем ясни. Това е видно от изразните похвати в говоренето, като честата среща на словосъчетания като „био-мио“ или подобни, чиято роля е да изрази отношението им на обърканост или пренебрежение. Но по-важното е, че в представата им био храната е едновременно конкурент и аналог на традиционното производство. Положителната оценка за натуралната, здравословна храна винаги върви в комбинация с идеята за „домашно“, „селско“, „наше“. Масово сред респондентите битува представата, че ако нещо е отгледано на село, е качествено, здравословно, натурално. Това е особено видно от цитирания по-горе производител на череши, който вижда като най-голяма заявка и гаранция за продукта си асоциацията с малкото, безизвестно село Горановци. В същото време той иска сладкото му да носи и био надслов, защото модерното и иновациите легитимират традицията като актуална и имаща място в съвременността. Той, както и пчеларката, всъщност искат да достигнат до възможно най-много потребителски профили и тук ясно се вижда какви предизвикателства поставя плурализмът пред съвременното общество.

<sup>10</sup> Мъж, 44 години, с. Ковачица, Ломско.

Видно е, че разбирането за био храната и селската/домашната храна се припокриват и допълват взаимно. Легитимацията на био храната идва от близостта ѝ с традицията и тук виждаме обратната връзка, когато традиционните схващания преформулират модерните феномени, така че да бъдат приети. Опитът и доверието към традицията определят доминиращото ѝ значение. Роля оказва и това, че респондентите считат, че био стоките са скъпи, а стойността им е неоправдано висока, тъй като технологичният процес, с който се мотивира високата цена, се приема с недоверие и не се оценява. Традиционното селско производство от друга страна, е ясно, непретенциозно и почти винаги с по-ниска стойност. Макар в повечето случаи да не е толкова ниска, колкото тази на индустриалното селско стопанство. Така например яйцата от био производство и яйца от свободни кокошки са доста по-скъпи от тези на селските кокошки, а процесът на отглеждане е сходен. От друга страна, масово произвежданите яйца са най-евтини. Данните от теренните изследвания показват че най-разпространеният и предпочитан начин за набавяне на яйца е от домашното производство и говори за един баланс между цена и качество. Закупуването на такива яйца попада в сивия сектор на икономиката. Хората на село, които нямат собствени кокошки, си купуват от съседни. Тези в града пък ползват контактите със селото, за да си набавят продукта. Подобна практика има и при други продукти, като млякото и млечните продукти, меда, плодовите сладка, ракията, виното и други. Така например теренното изследване установи, че никой не си купува мед от магазина, а само чрез познати и от препоръчан пчелар. Тази неформалност предполага и по-ниска цена, както и гаранция за качество, заради близките отношения и контакта с производителя. Именно за това домашното производство печели пред био продукцията, защото дава по-голяма възможност за проследяване на произхода и информация за продукта. Има и още един позитив и това е идеята, че закупувайки местна храна, се подпомага локалната икономика, чрез подкрепата на дребните производители и създаването на работни места в селата. Всичко това е изцяло в съзвучие с модерния тренд за т.нар. къси вериги на доставка, който набира популярност през последните години. Това е видно от споменатия вече засилен интерес към фермерските пазари, директната покупка от местата на производство и появата на онлайн платформи за продажба на домашна фермерска храна. Позитивите са не само споменатата гаранция за качество и произход, но и това, че се пести от липсата на посредници, транспортни разходи, маркетинг вложения. Всичко това е своеобразен опит да се преодолеят негативите на утвърдената пазарна система.

Става ясно и че изхранването посредством собствено производство не винаги е икономически по-изгодно. Според Е. Кръстева-Благоева консуматорските практики са в основата на това, че „в градове-

те бавно отпада приготвянето на зимнина, която вече се възприема като скъпа и трудоемка практика, поради изобилието от консерви на пазара“ (Кръстева-Благоева 2017). Цитираният респондент, който отказва да си купува храна от магазина твърди също, че „по-икономично не е, защото като идееш да си купиш всичко, храна (за животните) и... вече не ти харесва толкова много. Тука няма как да произвеждаш“.<sup>11</sup> Това показва, че фокусът на явлението вече не е икономическата му стойност и то вече не е индикация за бедност, а точно обратното. Много по-на сметка е да си купиш най-евтините яйца от магазина или мед от 10 лева, а не от 12, а още по-щадяща бюджета е захарта. Но продажбата на мед не само не е в упадък, напротив – респондентите свидетелстват дори за повишен интерес, а цената на меда се увеличава. Био храната е лукс, носи претенцията за по-висок жизнен стандарт и е прерогатив на градското население и начин на живот. За селото био храните са дефицит, както модерността априори се счита за дефицит на селото спрямо съревнованието с града. Приравняването на собственото селско производство с био идеологията е опит да се преодолее това неравенство. Както не един информатор споделя „при нас всичко е био“. Това внася и елемент на модернизирание на селото и причислява и селското население към един по-висок стандарт. Така домашните производители към културния си и социален капитал, като пазители на традицията, прибавят и престижната функция като творци на модерността. Това например беше особено видно в отношението на производителя на череша в с. Горановци, който се приемаше като новатор, защото сладка и компоти в региона му никой не прави, а още повече „био“, което е най-актуалната иновация в производството. Засвидетелства се и чувството му на гордост от възможността, да е първият човек, който да прослави селото с марка на негово име. Тази нагласа подкрепя идеята на Болц, че в съвременността производителят се инсценира като публицист, а предприемачът като политик (Болц 2003: 102).

Но дори и да не носи надслова „био“ самата интерпретация и аналогия с био храните могат да придадат допълнителна икономическа стойност на продукта. Прекият начин е когато производителят използва надслова „домашно“ или „селско“ с цел завишаване стойността на продукта. Но също и когато домашните консерви се изпращат на близките в града, където единствената алтернатива на здравословно хранене са скъпите био стоки. Това означава и спестяване на средства и мотивира производителите на село, за които иначе този продукт няма толкова голяма икономическа стойност. Така селската храна е нужда, но не жизненоважна. Тя обаче е необходимостта на

<sup>11</sup> Мъж, 44 години, с. Ковачица, Ломско.



определен стандарт на живот, на търсен социален образ, на новооткрити вкусове и нагласи.

### *Консумацията на мястото и времето*

Променената оценка за консумацията на храната е част от променената оценка за консумацията на мястото и времето. Идеята, че модерната здравословна храна е традиционната селска храна, е част от по-общото схващане, че селските райони предлагат по-стойностен и здравословен начин на живот. Последното е причина за наблюдаваната напоследък тенденция на увеличаваща се миграция към селата. От една страна имаме авангарда на това течение с най-големия контраст, когато хората, живели в големите градове или чужбина мигрират към селото, смятайки че там се предлага по-добър начин на живот в момента. В повечето случаи все пак селата, които избират, са в близост до големия град, с добра комуникация и условия за живот. Другата група са млади хора в работна възраст, които решават да развиват инициативи и бизнес, свързан с използване на природните и селските ресурси. Най-масовата нова миграция са хора от малкия град, които предпочитат да се преселят в околните села, където имат родствена връзка, макар и да не са живели там. И разбира се, основна част от тази миграция са хората, които след пенсионирането си се завръщат в родните си места или отиват да живеят на вилата. Всичките те се отказват от удобствата на модерния град, заради средата. Един от катализаторите на този процес са увеличаващите се мобилност и благосъстояние. Но също така и промяната в миросгледа и житейската парадигма. Сред информаторите имаше такива млади хора от близкия град, които бяха решили да се заселят в околните села, където имаха наследствен имот. Те бяха започнали да отглеждат зеленчуци в градините си, въпреки че преди това в града не се бяха занимавали с подобна дейност. *„Това е готиното, като почнеш да късаш и да знаеш, че е на 100% чисто. Мене т'ва ме кефи“*.<sup>12</sup> Споменатият информатор разказва, че преди двамата с жена му и детето им да се преселят от гр. Кюстендил в селото, никой не се е занимавал с градината от около 15 години. Сега той обработва градина от около 70 квадрата, коси двор от 3 декара и гледа кокошки. Също така се занимава от няколко години с черешови насаждения, чиято продукция продава. Любопитното е твърдението му, че напоследък никой вече не гледа градина на село, докато преди 20 години не е било така. Според него причината е, че *„...ей такива решиха софиянци да са всичките. И всеки има обриви от мотика и го е срам да каже, че е бил на село, иначе като нашибат бурканите и те [другите – бел. моя] селяндуриите били. А те иначе са като пътуващ*

<sup>12</sup> Мъж, 38 години, с. Горановци, Кюстендилско.

цирк като се заприбират у неделя.“ Това е критика не към домашното производство, което самият той практикува и не е ирония към провинциалните корени, а точно обратното — положителна оценка на селската среда и свързаната с нея идентичност. Информаторът с носталгия си спомня, когато селото е било много по-населено, имало е възможност за трудова реализация и социален живот. Той определя сегашното състояние на селото и населението като западнали и е пессимистичен за бъдещето. Това поставя доста въпроси за мотивацията му, която изглежда не е съвсем рационална. Загатват за един разрыв в приемствеността. Неговата жизнена стратегия не е естествен преход спрямо досегашния му начин на живот и не е продължение на устойчиви семейни и културни традиции. Тя е по-скоро революционна, нова посока, мотивирана от индивидуални нагласи и външни фактори. Мотивацията му гласи „искам нещо да се случи“ и показва по най-пряк начин, че това е повече търсене на новото, а не запазване на стари практики. Споделя и за негов приятел, който също има намерение да се засели в селото с жена си и трите си деца с намерението да направи мандра там.

В действителност това е част от глобална тенденция, в която дори хора с висок стандарт на живот, социален статус и образование, родени в големия град, без никакви провинциални връзки, мигрират към селото с всички последващи от това решение нови културни норми и действия. Явлението се нарича социално понижаване (известно като *downshifting* в англоезичния свят) и цели промяна в стила на живот, отхвърляне на модерните придобивки, иновации и среда (Dimova 2016). Свързано е с критика към материализма и консуматорското общество, глобалната динамика и несигурност и т.нар. „статусна надпревара“, която заедно с процеса на улесненото кредитиране вкарва все повече хора в ограниченото ежедневие на „работи и харчи“ (Schor 1998). Новите ценности са противоположното, по-малко работа, по-малко консумиране, забавено темпо, повече почивка, социални контакти, свобода да управляваш времето си.

В българския случай обаче, не виждаме масово приемането на съвсем нови културни модели. Промяната се наблюдава най-вече в посока на съзнателност и критичност към съвременните трудови модели, към начина на оползотворяване на времето и пространството, по отношение консуматорските практики. „Ломчанин съм, ама тука [на село — бел. моя] ми е по-спокойно. Аз ходих по София, Варна насам натам, работих по строежи, не съм гражданин аз. Тука чистия въздух, разходката, отиваш до тоалетната. Аз имам вътре, ама по ми е интересно да отидем вън, да видим кокошчицата, подишам малко и се върнем... Идеята на Ран-Ът е в България да нема нищо, частна собственост в България да нема. Всички да живееме на банките, в жилищата, да си плащаме ипотеките.

*И много да не говориш, да не пееш, отиваш на работа, прибираш се. И това е хубавото на селото, че тука имаш време да помислиш, за нещо хубаво.*<sup>13</sup> Така селската среда се превръща в контрапункт в контрапункт на модерното и алтернативно пространство, където новите потребности да се реализират. Няколко неща изглеждат ключови мотиви за избраната житейска стратегия – спокойствието, свободата и алтернативата на нормата (каквато е да имаш тоалетна вътре). Представата, която се създава за селото и мотивира подобни инициативи, е доста романтична, възплачваща идеята за спокойствие и тишина в опозиция на шумния и забързан живот в града. Ценен труд по темата е изследването на А. Станчева, която показва как се конструира образът на „селската идилия“ като място на тишина, спокойствие, среща с природата, уют, топлина, завръщане към корена (Станчева 2021: 328). От значение е и носталгията по отминалите времена, като реакция от кризата на съвременността. Вижда се как въобразяването на „селското“ се случва отвън, от съвсем друга социална и културна среда. То идва от потребностите на модерния градски човек и неговата оценката. Но е двупосочен процес, при който градът предлага своите формулировки, а селото ги възприема или отхвърля. А. Станчева също показва как това романтично отношение към селото и селския начин на живот „бива ползвано от местни (предимно с идейната намеса на НПО) и от тях самите за създаването на стоки и услуги, които привличат потребители на хранителни продукти и туристи. Погледът отвън се оказва водещ при формирането на разбиранията за потенциалните ресурси и блага, които селото предоставя“ (Станчева 2012: 335).

Още един ключов елемент за обръщането към селото и неговите практики, в частност домашното производство, е социалната среда и по-точно колективизмът в общите семейни или съседски дейности. Всички от респондентите изтъкват удовлетворение от връзката между членовете на семейството или общността, която се гради със съвместните начинания. Емблематичен пример е варенето на ракия, който събира мъжкото население на раздумка и досега не съм срещнала информатор, който да не го е оценил. Повечето от практиките всъщност съчетават труда със социални преживявания и комуникация. Това ги вади от чувството за рутина. Не само процесът на домашното производство, но и последвалата употреба на храните и напитките, включва социални взаимоотношения. И то не само в локалната среда, като например изпращането на консервирани храни за роднините в градовете, създава активен поток на социални връзки. Или когато се влезе в ролята на прекупвачи и снабдители на града с домашни яйца, мед, домашна ракия или мляко от селската мандра. Подобни практики поддържат по-активни взаимоотноше-

<sup>13</sup> Мъж, ок. 40 години, с. Ковачица, Ломско.

ния с мигрантите и то не само в семейния кръг. Често останалите са пенсионери, които по-този начин се чувстват полезни. Оползотворяване на земята, родния дом, който със своите плодове успява все пак да привърже напусналите го и да заслужи внимание. Удовлетворявайки чувството на принадлежност в едните и чувството на значимост в другите, се гради идентичност едновременно за всички. От значение е и моментът на ситост, за който стана дума. В света на благоденствието и подсигуреността непрекъснато расте желанието да се грижиш за някого или за нещо (Болц 2004: 96). Това е критика към крайните постановки за доминиращата роля на индивидуалните желаниа в съвременността. „*Вселената на потреблението започва да се преמודелира под знака на индивида*“, на „неговите частни радости“ (Липовецки 2008: 90 – 93). Това така и не се случва в изследваните тук малки населени места.

Липовецки казва, че в хипермодерната ера консумирането функционира като стимулант, чрез който се преодолява рутината от ежедневието и се интензифицира настоящето (Липовецки 2005). Болц пък твърди, че в консуматорското общество сферата на услугите замества междучовешките отношения и всяка добра услуга всъщност е инсценировка на междучовешки отношения. „*Кейнс беше първият икономист, който съзря големия проблем: хората не знаят какво да правят с времето си. Когато нямат грижи, те се отегчават до смърт*“ (Болц 2004: 96). Но също се казва и че тези човешки услуги не могат да се заменят със стоки. С много находчиви примери той показва как удовлетворяването на консуматорските потребности е всъщност способ за борба със скуката. Така например, гледайки рекламите, може да осъзнаеш, че автомобилът всъщност функционира като символ на свободата, приключението, еманципацията и семейното щастие. Двете идейни постановки са особено ценни за разбирането на този преход от индивидуализъм към колективизъм, породен от чувството, че консуматорските практики са изчерпани откъм социални радости. В този смисъл валоризирането на колективните практики изглежда като един от обратите на постмодернизма, от колективизъм към индивидуализъм и сега връщане към колективни културни модели. Това ми се струва и възможен отговор, защо маркетингът — един от най-силните фактори формиращи поведението на потребителите, не успява да създаде едни „образцови“ консуматори от селското население. Очевидно тук идеята, че предлагането поражда търсенето, не е валидна. Не рядко респонденти се хвалят, че децата им имат изграден вкус към традиционната домашна храна и отказват да консумират фабрични стоки от магазина. Част от механизма на потребителското общество, чрез който е успешен, е запълването на липси. Това говори, че в селската среда или няма дефицити или се запълват по друг начин. В действ-

вителност на село наистина няма толкова свободно време и съответно предпоставки за скука. Домашната среда на село — къщата, градината, стопанските обекти, изискват много повече усилия и време, отколкото аналогичното пространство на градския човек. На село дори улицата е част от личния ангажимент. И към това се прибавя процесът на домашното производство — бавен и трудоемък. Освен че естеството на селския живот го предпоставя като алтернатива, е от значение и фактът, че в селото и „селското“ има континуитет, който улеснява процеса. Ако в града новите потребности са 180 градусова завой, то традицията на село е стабилна основа за надграждане. Така формирането на критична позиция към съвременните тенденции чрез селото е „пряк път“. На село преходът към новите форми е плавен, което поражда и трудност при разграничаването на традиционното от постмодерното.

### *Заклучение*

Така описаната картина доста се различава от негативната оценка за бурканите, които провинциалистите мъкнат напред назад между селото и града, която не веднъж е влизала в карикатурни и сатирични картини в социалното пространство. Очевидно е, че критика търпи все повече глобалното, а не локалното. Страхът от изместването на собствената култура от универсалиите на глобализацията, скоростната „надпревара“ към модерността и издигнатия до крайност плурализъм, пораждаат несигурност, объркване и съмнение. Резултатът е насрещна реакция, опитваща се да преодолее недостатъците на модерността, в която локалното и традицията се явяват контрапункт като цяло и чрез своите атрибути. Това обаче е двупосочен процес на „договаряне“ на унифициращи и фрагментиращи явления. В търсенето на новата постмодерна идентичност, която да удовлетвори капризите на времето, се създава уникална хибридна среда, в която едновременно функционират глобални и локални форми на културни феномени, на модерни и традиционни елементи. Породеният културен бриколаж всъщност е саморефлексия, едно съзнателно преосмисляне и преформулиране на битоващите социални и културни модели. Новото валоризиране на локалното и традицията е осъзната ценност, която се използва като социален и символен капитал в граденето и на идентичността, и на обкръжаващо ни пространство. Именно затова познатата традиционна практика на домашното производство вече не може да бъде просто ординерна дейност, още по-малко белег за изостаналост или кризисна мярка. Тя се превръща преди всичко в умение и източник на личен авторитет, поради което със задоволство се представя пред външните хора, тези от града,

модерните, които се очаква да бъдат впечатлени и очаровани. Храната и храненето винаги са били символно натоварени, но в съвременното консуматорско общество, достигнало ниво на материална „ситост“ потреблението става преди всичко символика. Чрез него се формират идентичности, изразяват се ценности и социален статус, засвидетелства се чувството за принадлежност. Затова не е учудващо, че този ренесанс на традицията е особено видим в хранителната култура. За да се разбере напълно обаче, трябва да се постави и в по-широкия контекст, като част от една по-колосална промяна в нагласата и оценката към обкръжаващата среда. А именно – постмодернистският бунт срещу монопола на консуматорското общество, крайностите на технокрацията, диктатът на неолибералните пазари и модели на труд и потребление. Отговорът се изразява в разнородни антиконсуматорски движения, отказ от социални блага и статусна надпревара, търсене на неформалност, локалност и др. Очевидно контрапунктът е начинът да се балансират социалните и културни неравенства на модерността, сътворени от йерархията на глобално-локалното и развити-развиващи се общества. И тъй като градът е емблема и мерило за модерността, а селската среда е негова опозиция, то и представите за нея се превръщат в постмодерна алтернатива. По същия начин ако бързото хранене е симптом за доминирането и дори за диктат на трудовото време над свободното и личното (Пожарлиев 2013: 304), то домашно приготвената храна като негов антипод, започва да се възприема като опозиция на тази доминация. Така в цялостното преосмисляне на селската среда, бурканите със зимнина престават да бъдат непrestiжния символ за провинциален произход. Точно обратното, те се превръщат в негова емблема и „рекламна марка“. Но трябва също така да се добави, че не става въпрос само за поддържане на баланса, а и за опит за творене на нещо ново. Съвременният човек не е доволен нито от миналото, нито настоящето – той иска да вземе най-доброто и от двата свята. Резултатът е един феномен на хибридикация на опозициите. Това е особено видно в засилването едновременно на индивидуализма, но и на нарастващата нужда от колективност. Идеалната среда изглежда трябва да вземе от придобивките на модерността, особено от възможностите на мобилността и комуникацията. Но заедно с това да запази или реставрира традиционните практики и ценности, които могат да „опитомят“ препускащия модерен живот и да направят средата по-позната и уютна. Всъщност пространството се надгражда и разнообразява чрез симбиозата на иновациите с утвърдените социални и културни модели. И накрая, но може би не по важност, се създава усещането за търсене на предизвикателство, което внася елемент на новаторство и неочакваност и е начин да се преодолее рутината на ежедневието.

**Литература:**

- Алексиев, Г., Д. Дончева, К. Стоянов, К. Станков. 2018.** *Производствен потенциал и локално потребление на биопродукти от животновъдството в Югоизточен район. Ст. Загора, „КОТА“.*
- Барова, В. 2018.** *Гастростратегии на производителите на натурални млечни продукти (по примери от Ловешко и Смолянско). Агрокултурни трансформации в условията на европеизация и глобализация.* Съст. **Петър Петров, Иванка Петрова.** София, ИК „Гутенберг“, 199 – 223.
- Бауман, З. 1999.** *Глобализацията. Последниците за човека.* София, Лик.
- Болц, Н. 2004.** *Консумистически манифест.* София, Критика и хуманизъм.
- Гаврилова, Р. б.г.** *Новата автентичност и тъждеството със самия себе си.* – <https://www.seminar-bg.eu/spisanie-seminar-bg/broy19/item/584-novata-avtentichnost-ili-tazhdestvoto-na-samiya-sebe-si.html>
- Ганева-Райчева, В., Т. Иванова, Д. Димитрова, Ю. Босева. 2021.** *Щрихи към биокултурната същност на баничанския лук. Растения и хора. Приблизения към биокултурните връзки.* Съст. **Петър Петров, Валентина Ганева-Райчева.** София, Ерове, 75 – 100.
- Карамихова, М. (съст.), 2003.** *Да живееш там, да се сънуваш тук. Емиграционни процеси в началото на XXI в.* София, МЦМKB.
- Кръстева-Благоева, Е. 2014.** *Всичко за продан: консумативната култура в България.* София, НБУ.
- Кръстева-Благоева, Е. 2017.** *Храна и хранене на българите в социалистическия и постсоциалистическия период: динамика на промените.* – В: *Антропология на изток от Рая: Юбилеен сборник в чест на 25 години департамент „Антропология“ и 60-годишнината на проф. Пламен Бочков.* Съст. **М. Елчинова, В. Гарнизов.** София, Нов български университет <https://e-edu.nbu.bg/mod/resource/view.php?id=865305>
- Липовецки, Ж. 2005.** *Време, консумиране и начин на живот в хипермодерните времена.* /old.nbu.bg/index.php?!=819.
- Липовецки, Ж. 2008.** *Парадоксалното щастие. Опит върху обществото на хиперконсумиране.* София, Ривал.
- Марков, И. 2016.** *Натуралното самозадоволяване като допълнителна неформална заетост в България: етнологички аспекти. Етнографски проблеми на народната култура, Т. 11.* Съст. **Анатол Анчев.** София, АИ „Проф. Марин Дринов“, 215 – 238.
- Марков, И. 2018.** *От домашната консумация до пазарната реализация: местни ориентации и практики при производството на млечни продукти. Агрокултурни трансформации в условията на европеизация и глобализация.* Съст. **Петър Петров, Иванка Петрова.** София, ИК „Гутенберг“, 169 – 198.

- Марков, И. 2019.** Натуралното самозадоволяване като допълнителна неформална заетост в България: етноложки аспекти II. Натуралното самозадоволяване в постсоциалистическия период (1989–2007). — ~~В: Етнографски проблеми на народната култура~~, 12, (съст...) София, Изд. на БАН „Марин Дринов“.
- Пожарлиев, Р. 2013.** *Философия на храненето (културно-исторически контексти)*. София, Университетско издателство „Св. Климент Охридски“.
- Райчев, А., К. Колев, А. Бунджулов, Л. Димова (съст.). 1999.** *Социалната стратификация в България след 1989 г.: причини, фактори, тенденции*. Доклад. София, Лик.
- Смолет, Е. 1985.** Икономика на бурканите. Родствените взаимоотношения в България: Проучване. *Социологически проблеми*, 6, 96 — 106.
- Станчева, А. 2021.** Селото като източник на ресурси за предприемачество. Въобразяване, експлоатиране и консумиране на „селското“. *Местни общности, културни наследства и музеи*. Съст. Ганева-Райчева, В., Ирена Бокова, Николай Ненов, София, ИЕФЕМ — БАН, 328 — 345.
- Хайдиняк, М. (съст.), 2011.** *Миграции, пол и межкултурни взаимодействия в България*. София, МЦИМКВ.
- Хасан, И. 2000.** Към понятието за постмодернизъм (Послеслов към „Разчленяването на Орфей“). — *Електронно списание LiterNet*, 09.04.2000, № 4 (5) <<http://litenet.bg/publish1/ihassan/hassan.htm>>
- Bauman, Z. 2000.** *Liquid Modernity*. Cambridge, UK : Malden, MA: Polity Press; Blackwell.
- Beck, U., A. Giddens, Lash Scott (Eds.). 1994.** *Reflexive modernization: politics, tradition and aesthetics in the modern social order*. Cambridge: Polity Press.
- Dimova, N. 2016.** Land, Labor and Rural Downshifting in Post-socialist Bulgaria. — *Ethnologia Balkanica*, vol. 19: 101 — 121.
- Dimitrov, K., M. Ivanova, 2017.** Trends in Organic Farming Development in Bulgaria: Applying Circular Economy Principles to Sustainable Rural Development. *Visegrad Journal on Bioeconomy and Sustainable Development*, 6, 10 — 16.
- Featherstone, M. 2007.** *Consumer Culture and Postmodernism. Theory, Culture & Society*. 2nd ed, London: SAGE Publications Ltd.
- Giddens, A. 1990.** *The Consequences of Modernity*. Stanford University Press.
- Giddens, A. 1991.** *Modernity and Self-identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Stanford University Press.
- Giddens, A. 1994.** Living in a post-traditional Society. Beck, U., A. Giddens, L. Scott (Eds.) *Reflexive modernization: politics, tradition and aesthetics in the modern social order*. Cambridge: Polity Press, 56 — 109.



**Schor, J. 1998.** *The Overspent American. Upscaling, Downshifting and the New Consumer.* New York, Basic Books.

**Yuson, J. 2007.** *Consumer lament: An ethnographic study on consumption, needs, and everyday complaints in postsocialist Bulgaria,* ProQuest Dissertations & Theses (PQDT) Woods, Michael 2011. Rural. Routledge.

Галъп интернешънъл <https://www.gallup-international.bg/42222/everyday-life-bulgaria>

# ТРАНСФОРМАЦИИ И ДЖЕНДЪР СПЕЦИФИКИ ПРИ ПРИГОТВЯНЕТО НА ЕЖЕДНЕВНА И ОБРЕДНА ХРАНА

Гл. ас. д-р Илиана Страхилова,  
Катедра „Етнология“, Исторически факултет,  
СУ „Свети Климент Охридски“

**Анотация:** Настоящият текст прави опит да проследи какви трансформации настъпват в приготвянето на ежедневната и обредната храна в малки населени места. Джендър спецификите в този процес се анализират в два основни аспекта – обредната трапеза и всекидневните ястия, посредством конкретни примери от различни населени места за местни рецепти, които продължават да битуват в локалната памет. По този начин най-ясно могат да бъдат открити устойчивите традиционни модели на фона на динамиките на локално ниво. От значение за изследването е и проследяването на процеса на професионализиране на приготвянето на храната и променя ли това готвенето вкъщи, както и влияе ли върху публичния образ на кулинарията в страната.

**Ключови думи:** ежедневна храна, обредна храна, полови роли, медийно влияние, малки населени места, частна и публична сфера

**Abstract:** The present text attempts to follow what kind of transformations happen in the preparation of daily and ritual food in small settlements. Gender specifics in the preparation of food are analyzed in two main aspects – the ritual table and everyday meals, through specific examples from different settlements and their traditional recipes that continue to live in the local memory. In this way, sustainable traditional models can be most clearly highlighted against the background of dynamics at the local level. It is also important for the research to follow the process of professionalization of food preparation and to trace whether it changes cooking at home, as well as whether it affects the public image of cooking in the country.

**Keywords:** everyday food, ritual food, gender roles, media influence, small settlements, private and public sphere

Настоящата статия представя част от резултатите на изследване, проведено в рамките на проект „Кулинарни традиции и културно-историческо наследство в малки населени места — изобретяване, експлоатиране, популяризиране“. Засегнатата тема е плод на почти тригодишно проучване в различни области в страната, като част от посетените населени места ще бъдат дадени с конкретни примери в текста. Интересът към темата е провокиран и от осмислянето на приготвянето на храна в съвременен контекст. В текста основно ще бъдат разгледани местните продукти и ястия, като традиционно излизащи частично от домакинската функция на жената, често част от обредната храна и поради това и до днес считани за приоритетно изпълнявани от мъжете. На базата на проведените теренни изследвания в Родопите (село Славейно, село Кутела, село Смилян) и района на гр. Лом (село Ковачица) и област Враца (Бърдарски геран) са представени част от изводите при спецификите на местната кулинария в различните райони. Проследени са традиционните елементи, превърнали се в стереотипи в процеса на приготвянето на храна. Първоначалната авторова хипотеза е, че и в съвременността се наблюдава разделение по полов признак при приготвянето на храната — като най-ясно това личи при обредните ястия. Статията се съсредоточава върху това до каква степен жената участва в обработката на месото и кои процеси продължават да бъдат възприемани като „мъжка работа“. Отбелязани са и предпоставките за разбиването на някои стереотипи при приготвянето на храна — като например запазени елементи от традиционен мироглед, както и професионализирането на готвенето и превръщането му в кулинария. Обърнато е внимание и в кои, считани за типично женски сфери (приготвянето на хлябове и тестени изделия и всекидневна храна), започва да играе роля и мъжът. Направените изводи ще бъдат подкрепени с емпирични сведения от посетените населени места.

Джендър спецификите при приготвянето на храна се анализират в два основни аспекта — обредната трапеза и всекидневните ястия, посредством конкретни примери от различни населени места за местни рецепти, които продължават да битуват в локалната памет. По този начин най-ясно могат да бъдат открити устойчивите традиционни модели на фона на динамиките на локално ниво. От значение за изследването е и проследяването на процеса на професионализиране на приготвянето на храната и променя ли това готвенето вкъщи, както и влияе ли върху публичния образ на кулинарията в страната.

Така очертаната задача на изследването налага да се проследи в общ план и процеса на подготвяне на кадри за ресторантьорския бранш и ролята на държавата в него. Позовавайки се на документ от българския национален архив Албена Шкодрова отбелязва, че „през 1953 г. 32% от продажбата на храна е извършена в заведения за обществено

хранене. Към 1968 г. процентите вече са 40 – далече напред пред останалите страни в комунистическия блок“ (Шкодрова 2014: 149). Авторката стига до заключението, че подемот в тази насока, има своето логично обяснение и то е свързано с изпълняването на нормата и идеята за социалистическата трудова продуктивност. А именно, колкото по-малко часове гражданите (в частност женската част от населението) прекарват въщи пред печката, толкова повече време ще могат да прекарат в предприятията. Повишаването на процента на консумацията на храна извън дома е свързан и с увеличаването на местата, където са възможни този тип обществени прояви. Заведенията за обществено хранене, като в това число влизат и работническите столове, за периода от 1952 г. до 1968 г. нарастват от 8 827 до 18 930 (Шкодрова 2014: 152), а през 1987 г. те вече наброяват 26 738. Целият този отрасъл следва да бъде захранен с професионално обучени и подготвени кадри. В средата и края на ХХ век професионално занимаващите се с кулинария се отличават от тези в съвременността. През социалистическия период готвачите се числят към редиците на работническата класа. Според Албена Шкодрова, позовавайки се на своите събеседници, обикновено работата е считана за тежка и не добре платена.

Вече споменатото скоростно развитие на ресторантьорството през 60-те години респективно налага и глад за кадри. *„Балкантурист“ започва да форсира подготовката на готварски и сервитьорски персонал още в предходното десетилетие, но нивото на образованието, макар и да намира все по-добро решение, остава не особено високо чак до края на социализма – учебните заведения, които дават специално обучение в тази област, привличат изключително хора без други перспективи“* (Шкодрова 2014: 177). Запознати с образователната система по това време свидетелстват<sup>1</sup>, че доста често децата, приемани за обучение в Техникумите по обществено хранене били с по-нисък успех и обикновено нямали друга опция за образование и развитие. Въпреки това, заради мащабно разрастващото се отваряне на заведения за хранене и заради туристическия бранш, все повече хора се дипломират със специалност, свързана с ресторантьорството. Така възниква въпросът дали обаче този тип специализирано образование повлиява на разместването на нормите при домашните задължения? Този проблем заляга и в основата на настоящата статия. Процесите в страната са съпоставими с тези на други

<sup>1</sup> Едно време, като кандидатствах, „Гагарин“ беше елитното училище, не като сега „Манджата“, там приемаха тия, дете не могат да влязат никъде, сега стана елитно – Р. М. роден 1983 г.; „Ауууу у „Манджата“ влизаха само тия, къде са най-зле“ – И. И. роден 1972 г. Интервюта личен архив, взети през 2017 за изследване, свързано с училищната система и абитуриентския бал в Пернишко. „ТОХ беше за деца с по-нисък успех. Нямахте този авторитет“ (Шкодрова 2014: 177).

места и публикувани там анализи биха били от полза като теоретична рамка на изследването. Такъв пример може да се даде с проведеното от Алисън Райхелд изследване на тема „Полови норми и поведение при хранене“, където се опитва да очертае половите различия в поведението при консумацията на храна. Основната разлика според нея е в публичното и частното приготвяне на храна. *„Приготвянето на храна, както и нейното производство, е разделено от опозицията публично – частно. Въпреки че това разделение е проблематично, то е полезно, за да се открие по какъв начин то изиграва роля при анализа на мъжките и женските роли и съответстващите им поведенчески модели при приготвянето на храна. В частната сфера влиза приготвянето на храна вкъщи и обслужващото готвене чрез доброволчески труд в обществени учреждения като църкви и благотворителност с храна. Публичната страна е свързана с комерсиалното готвене, извършвано в ресторанти, хотели, училища“*<sup>2</sup> (Reiheld 2014: 1095). Промените, касаещи домакинските задължения в България стигат до нас в днешния си облик, благодарение на много дълъг път. Йоана Павлова засяга проблема за разширяването на частното пространство, отразен на страниците на сп. „Жената днес“. Според авторката в периода 1954 – 1958 г. държавната политика влиза в разрез с установените патриархални ценности. Така през 50-те години на XX век се очертават два модела за развитие на отношенията в дадено семейство. Първият продължава да се придържа към традиционните ценности, при които жената е тази, която върши цялата работа вкъщи. *„Вторият случай показва как домакинята е научила съпруга и децата си да ѝ помагат. Жените са съветвани да се насочат към втория модел, за да имат време за почивка и странични занимания (четене, ходене на театър)“* (Павлова 2011: 197). Според изследването на Алисън Райхелд в световен мащаб се очертават сходни тенденции с тези в България. Приготвянето на храна за домакинството все още продължава да бъде възприемано по-скоро като женско задължение. Един от най-ясните примери, които могат да бъдат дадени в подкрепа на това твърдение е свързано и с възпитанието на децата. Още от ранна детска възраст домашните задължения са по-полово разпределени. В повечето случаи задачите на момичетата са свързани с приготвянето на храна, за разлика от задачите, които се дават на момчетата. *„Независимо от твърдението, че домакинската работа е общо задължение, посочените дейности, които мъжът изпълнява, са пак в неговата мъжка роля, като цепене, носене на дърва и въглища; новото задължение е пазаруването. Никъде дейностите като чистене, готвене, пране, шиене не се споменават като задача, в която мъжът може да помогне на съпругата си. Имаме отново разделение на труда по полов признак, което затвърждава съществуващия модел“* (Павлова 2011: 197).

<sup>2</sup> Превод И. Страхилова.

Постепенно започва да се очертава един бавен процес на промяна, който трае през целия XX век и продължава и до днес. Държавната политика, която насърчава навлизането на мъжа в домакинството не е единствената причина, която спомага в тази насока. Роля за това изиграват и различни кулинарни предавания, които в последните няколко години<sup>3</sup> стават все по-популярни в българския ефир. Примерите за такъв вид развлекателни кулинарни предавания все повече се увеличават. За целите на изследването интерес представлява най-вече „Черешката на тортата“, тъй като сюжетът съществено се различава от останалите. Ако при другите шоу-програми се акцентира на професионалната страна на кулинарията, то тук темата е представена от по-различен ъгъл. Идеята на предаването е да събере група известни български личности, които да бъдат домакини и да приготвят храна за своите гости. По този начин зрителят уж успява да надникне в дома и кухнята на различните участници и да наблюдава кулинарните умения. На официалната фейсбук страница на предаването хората имат възможност да коментират епизодите, като по този начин продуцентите поддържат зрителския интерес и ангажират публиката. Коментарите провокираха научния ми интерес, тъй като могат да се забележат мнения, които да бъдат от полза и за настоящата тема. Прави впечатление, че когато участникът е мъж, който се е представил добре, доста често из интернет мненията се прокрадва определението „мъж мечта“ и дори шеговити предложения за брак, докато, когато някоя участничка е успяла да блесне със своето меню, положителните мнения се ограничават единствено до насърчителни похвали от типа на „Браво!“ и „Страхотно представяне!“. Разбира се, този тип телевизионни предавания, според категориите, определени от Алисън Райхелд, отново попадат в публичния сектор, но важният момент в случая е свързан с факта, че все по-често започва да се показва образът на мъжа в кухнята и то не този на професионалиста, с който в страната сме свикнали от години, а този, който приготвя храна вкъщи.

Ситуацията може да бъде проследена и в социалните мрежи, като показателни са имената на фейсбук групи и страници с имена „Мъже в кухнята“ или „Мъже в бяло (в кухнята)“. Примери могат да се да-

<sup>3</sup> В българския ефир има много различни примери, които налагат мъжкия образ като лицето на професионалната кулинария. Едно от първите предавания – „Вкусно“ с Ути Бъчваров започва да се излъчва през 1996 г., 5 години по-късно като част от развлекателната програма на друга телевизия започва „Бон апети“ с Иван Звездев. Първото издание на кулинарно риалити в България е през 2015 г. (MasterChef е кулинарно риалити предаване. В България и в ефира на bTV стъпва за пръв път на 3 март 2015 г.). Така кулинарните предавания („Hell’s Kitchen“, „Кошмари в кухнята“) започват да стават неизменна част от българския ефир.

дат и с най-новата социална платформа, която е по-популярна сред по-младите поколения – TikTok, където особеностите на алгоритъма позволяват на средностатистическия потребител да попада на сходно съдържание от цял свят. Именно там все по-често се появяват кратки клипове на мъже, които готвят в домашни условия рецепти, типични за тяхната държава и култура. Едни от най-изявените примери на българската TikTok сцена са Димитър Тончев<sup>4</sup>, който има над 60 000 последователи и неговото съдържание е насочено изцяло към приготвянето на различни рецепти. Друг такъв пример е профилът на Стойчо Данчев<sup>5</sup>, който съвместява готвене в домашни условия и забавни скечове, където сюжетът винаги е сходен и започва като диалог с неговата съпруга, която или не е доволна от храната на дадено място, или изпитва чувство на глад, след което той отваряча успокоително и започва да готви. Неговият профил има над 30 000 последователи. И в двата споменати случая фен базата продължава да се разраства, тъй като съдържанието представлява интерес за различни групи потребители. Популярността на такъв тип представяния е индикация за промяна при осмислянето на ролята на мъжа в частния сектор. Помагането в домакинството вече не се счита за нещо срамно и унизително, дори напротив. Намесата на мъжа в смятаната за типично женска сфера в днешно време се поощрява и дори започва да буди възхищение. Помощта в домакинската работа и в частност приготвянето на храна започва да се възприема дори и като белег на мъжественост.

Постепенно се налага практиката този тип платформи да служат за себеизява, привличане на внимание и достигане до все по-голяма маса. Още в своя зародиш те са ориентирани към публичната сфера. По този начин може да се достигне до извода, че ситуацията през XXI век постепенно започва да се променя и пребиваването на мъжете в кухнята не се счита за срамно, а дори се демонстрира публично. Допускам, че в телевизионния ефир и в интернет пространството винаги може да се появи елементът субективност. Подобни публикации имат конкретни автори, които в тях отразяват своята позиция и обикновено внушават определени идеи.

В следващите редове наблюдаването в медиите и онлайн среда ще бъде подкрепено с емпиричния материал, събран по време на теренните изследвания, който покрива два региона – Северозападна България и Средни Родопи. Културноисторическите и географските особености на споменатите региони предполагат и разлики в менюта и предпочитаните продукти от местното население. Въпреки че съвременното снабдяване със стоки и търговията на хранителни продукти в значителна степен заличава тези различия и възможността

<sup>4</sup> [https://www.tiktok.com/@tonchev.dimitar?\\_t=8Yst6NnFttV&\\_r=1](https://www.tiktok.com/@tonchev.dimitar?_t=8Yst6NnFttV&_r=1)

<sup>5</sup> [https://www.tiktok.com/@stoicho\\_danchev?\\_t=8Yst1CzhPWf&\\_r=1](https://www.tiktok.com/@stoicho_danchev?_t=8Yst1CzhPWf&_r=1)

навсякъде хората да имат достъп до основни продукти да спомага за унифицирането на приготвянето на всекидневна храна, в настоящия текст ще се проследи ежедневно хранене и обредното такова в днешно време като успоредно ще бъде направен опит за открояване на джендър спецификите.

В населените места по поречието на р. Дунав в Северозападна България като част от ежедневно хранене се открояват две специфични ястия – печени свински черва и два вида саламур (рибен и пилешки). В конкретния текст вариантът на ястието от птиче месо не представлява научен интерес, тъй като той наподобява по-скоро пилешка супа, която въпреки своите различни вариации е достатъчно позната не само като част от българската кухня, но и в световен мащаб.



Сн. Ил. Страхилова, с. Ковачица, Ломско, 2020 г.

Традиционната рецепта за рибния саламур включва дребните рибки от дневния улов, традиционен поминък в миналото по поречието на р. Дунав „Саламурът се прави от дребни рибки, които могат да се уловят в реката“.<sup>6</sup> Разбира се, в днешно време повечето домакинства си набавят рибата от магазин, тъй като риболовът продължава (особено в градска среда) да битува по-скоро със статута на хоби. В домашни условия дребните риби първо се пържат, а след това се сваряват заедно с другите съставки (счукана червена чушка, счукан домати, чесън и магданоз). Този сложен традиционен подход все още е предпочитаният начин от местните, тъй като „Това е саламура, иначе вкусът не е същият“.<sup>7</sup> Според Мария Маркова „Българинът осмисля положително реалната хранителна суровина, чиито естествени вкусове и миризми са умерени [...] вкусовете и миризмите на сладките, солените, лютивите, ки-

<sup>6</sup> Б. Е – Жена, с. Ковачица.

<sup>7</sup> Б. Е – Жена, с. Ковачица.



селите храни са и знаци, които той традиционно използва, за да обозначи част от параметрите на „своего“ време и пространство, схващано още като „култивирано“, „ценно“, „добро“ и „приятно“ (Маркова 2011: 71). Споменът за вкуса такъв, какъвто трябва да бъде, е белег и за възприемането на идеята за автентичност. Това ястие, като разпознаваемо за местните, лесно заема мястото си в обедните менюта и в постоянните такива в полето супи. Така ресторантското предлагане на храна съответства на домашната, но с някои промени, които настъпват. В заведенията за обществено хранене за приготвянето на тази местна рецепта се предпочитат филе от вид бяла риба. Тази разлика показва промяната в традиционното ястие, когато излезе извън т.нар домашно пространство и от продукт за ежедневно предлагане се превърне в обект на търговски обмен. Този вид трансформация е напълно допустима от гледна точка рентабилността на даденото заведение, тъй като се залага на практичност (остатъците от по-големи риби могат да бъдат използвани за направата на още едно ястие). Въпреки широкото разпространение на заведенията за обществено хранене, е любопитно как трансформираната рецепта не повлиява на саламура, който се приготвя вкъщи. Ресторантърската рецепта има няколко предимства пред автентичния начин на приготвяне. На първо място това е доизползването на месото от по-голяма риба, а на второ – намаляването на времето за приготвяне. Въпреки технологичната сложност, готвенето на саламур в домашни условия не адаптира публичния модел. Може да се предположи, че освен автентичността на вкуса, за който стана въпрос по-горе в текста, така излиза и по-евтино – каквото успеят да уловят, ако в дома има рибари например, това и консумират.

След като бегло засегнахме трансформирането на локални рецепти при приготвяне на храна в публичната сфера и се опитахме да дадем отговор дали тези промени въздействат на приготвянето на ястието в домашна обстановка, е редно да се разгледа и ролята на мъжа. Първоначалната авторова хипотеза беше, че мъжкото участие е свързано по-скоро с добива на суровината, тоест в миналото мъжът е ловял рибата, а в днешно време неговото участие опира до вземането ѝ от магазина. Редица изследователи като Димитър Маринов, Райна Гаврилова и др. свидетелстват, че *„В традиционното домакинство жените са тези, които осъществяват всички етапи от производствения и технологичния процес на получаване и обработка на суровината и които притежават знания за кулинарната обработка на почти идентични по вид и състав блюда“* (Маркова 2011: 157 – 158). Въпреки този установен модел започват да се появяват и изключения като: *„Саламура и той го владее, често той ми го готви“*.<sup>8</sup> Това твърдение по-рано беше заявено и от партньора на събеседничката. По този начин се вижда, че мъ-

<sup>8</sup> Б. Е – Жена, с. Ковачица.

жът постепенно започва да изгълнява и част от считаните за типично женски задължения. Това може да бъде обвързано и с риболова в миналото, който е считан за мъжка професия, следователно приготвянето на рибни ястия е твърде вероятно да е било познато и разпространено и сред мъжете. Ако обаче разглеждаме рибния саламур като храна, която се приготвя в ежедневието, а не за някакъв празник, то тогава тази проява може да се тълкува и като промяна при половите разпределения на домашните задължения.

Различна е ситуацията при приготвянето на друг вид типична за района ежедневна храна – печените свински черва. Разбира се, употребата на субпродукти е широко разпространено из цялата територия на страната. В повечето случаи животинските вътрешности се използват за приготвянето на дроб сарма<sup>9</sup> или спържа<sup>10</sup>, както е в района на гр. Перник, но в Ломско свинските дебели черва се приготвят самостоятелно. Използването на животински субпродукти е обосновано и от икономическата обстановка в различните региони. В българската култура консумацията на месо обикновено е свързана с вид празничност, тъй като достъпът до него е бил по-труден. Тоест свободната консумация на месо, обикновено е свързана и с по-висок социален статус, тъй като се явява като скъпо удоволствие. Например в миналото едрият рогат добитък се е използвал предимно за работна сила, с помощта на която се е обработвала земята, а овцете са отглеждани за добив на вълна и мляко. Поради тези причини консумацията на месо бива сравнително ограничена. Затова се създава и традиция, при която се консумира всичко, годно за ядене, т.е. нищо от животното не се изхвърля.

Подготовката и приготвянето на свинските дебели черва и днес остава изцяло в полето на женските домашни задължения. Процесът на готвене е доста трудоемък, тъй като червата първо се измиват, обръщат се, отново се измиват и след това няколко часа се накисват във вода и сол, след което отново се измиват. Когато приключат всички дейности по почистването, червата се слагат да се варят, като това е и последната стъпка преди да бъдат изпечени. Знанието за готвенето на свински черва и тънкостите при чистенето се предават по женска линия. *„от баба ми знам още един начин за обръщане на червото, прави се с пръчка, ама на мене ми е по-лесно директно с водната струя от чеимата“*.<sup>11</sup> В миналото обикновено при заколването и обработката на свинско месо е имало строго пополово разпределение на дейностите. Мъжете са ангажирани с коленето и разфасоването, а жените с консервиране-

<sup>9</sup> Ястие от ориз, животински вътрешности и подправки.

<sup>10</sup> За приготвянето на това ястие се използват органите на закланото животно, като най-често то се консервира и се консумира в последствие.

<sup>11</sup> Б. Е – жена, с. Ковачица.

то и приготвянето на ястията. Интересното тук е, че дори и ако се изключи моментът с обработката на месото, т.е. червата са взети от магазина, отново готвенето им се практикува предимно от жените в семейството.

Обработката на свинско месо и приготвянето на различни ястия от него са често разпространени практики в Северозападна България. Според Искра Велинова (позовавайки се на Сидни Минц и труда му „Tasting Food, Tasting Freedom: Excursions into Eating, Culture, and the Past“), не съществуват национални кухни, а кухните са винаги регионални. Понятието „национална кухня“ е тотализираща изкуствена конструкция, основана на храните на хората, които живеят вътре в определени политически системи. Така и някои автори обединяват балканската и средиземноморската кухня, като използват признаците: близки съставки в диетите на двата района, както и сходен калориен състав“ (Велинова 2014: 202). Село Бърдарски геран, обаче може да бъде счтено като изключение, тъй като там живеят преселници от Банат, които са българи католици. Кухнята на общността в с. Бърдарски геран напомня повече на унгарската, чешката и австрийската, отколкото на балканската. Едно от характерните ястия за банатските българи е пушената кълбъс.<sup>12</sup> В разговор служителите в „Къща на банатския бит“ споделиха интригуваща маркетингова стратегия, целяща популяризирането както на самия музей, така и на банатската култура. Всяка година музейният колектив взима прасета и с помощта на мъже от общността ги заколват. След това те участват в обработката на месото и приготвянето на продуктите, които впоследствие предлагат като вид сувенир на традиционния празник „Фършанги“.<sup>13</sup> Като типични и характерни за местния бит в музейния магазин се предлагат банатска пушена кълбасъ и пушена сланина. Продуктите се приготвят в самата „Къща на банатския бит“, като използват част от експозиционната площ, която представлява стая за опушване на месо. Такова пространство е съществувало във всеки един дом в Бърдарски геран. Използваните пари служат за самофинансиране на дейностите на музея. Ако приемем определението за „частно“ на Алисън Рейхелд, то може да се твърди, че този тип дейност, извършвана от музейния колектив може да бъде счтена като част от домашното приготвяне на храна. Така в Бърдарски геран общата кауза надделява над половите

<sup>12</sup> Този начин на изписване вече е установен в медийното пространство, принос за това има и веригата магазини „Лидл“, и кампанията им „Съхрани родния вкус“, където един от победителите е именно рецептата от с. Асеново за пушена кълбъс и вече е част от линията „Родна стряха“.

<sup>13</sup> За банатските българи Фършанги (унг. Farsang, нем. Fasching) са трите дни на карнавално веселие от последната неделя преди Великия пост до Пепеляна сряда. Сред православните е известен като „Заговезни“.

роли и целият музеен колектив съвместно се труди при приготвянето на тези традиционни месни продукти.

Джендър спецификите при приготвянето на храна в Средните Родопи, ще бъдат анализирани предимно през призмата на приготвянето на месото като вид обредна храна. Местната кухня и локалната култура на хранене в този регион се оформят на първо място благодарение на географските особености. Така част от основните поминъци е животновъдството, като в него най-голям дял заема отглеждането на овце, а земеделските култури, за които благоприятстват природните условия, са отглеждането на картофи, тютюн, царевица и фасул. Тези особености предполагат и някои от типичните безмесни ястия, които в хода на изследването се откриха основно като част от полето на женската кулинарна практика, най-вече защото са част от ежедневното хранене. Такъв е и примерът с траханата. При посещението на екипа на проекта в с. Кутела, едно от традиционните ястия, които бяха представени беше именно то. Според Горан Благоев *„На Ашура по традиция се вари специално обредно ястие, което се раздава за здраве на семейството. Нарича се по името на празника – ашура, ашер, ашир или ашарска трахана. Приготвя се от всички видове зърна, които има в къщата, като към тях се прибавя често и месо от курбана“* (Благоев 2004: 143). Понататък авторът предлага идеята, че тази практика вероятно е била свързана с идеята за изобилие. Екипът на проекта имаше възможност да заснеме, част от процеса на приготвяне на това традиционно за региона ястие. Продуктите, които са използвани в споменатия случай са *„Шарен боб, дето си го гледаме тука в района, мляна царевица на едро, не брашно, а такава царевичка просто начупена и малко пшеница. Слага се месце от кокали, да речем телешки кокали.“*<sup>14</sup> Сервирането на траханата в интервюто е представено като първото ястие, когато се събират гости за бебе, но не е задължително да бъде на 40-тия ден и играе ролята по-скоро на първо ястие от менюто – *„Като супа“*<sup>15</sup> Друг момент, когато се консумира това ястие е *„зимата като гори печката и имаш време, слагаш го. То няма никакви кулинарни особености. Слагаш всичко и то се готви само“*.<sup>16</sup> Интересното тук е, че в течение на разговора това ястие, приготвено от жена беше определено и като типично зимно ястие, което не изисква особен труд. Оказва се, че за почти 20 години разлика между двете посещения на региона и изследвания с различни научни цели едно ястие, считано за обредно в миналото изгубва този свой смисъл. Вероятно обяснение за тази трансформация е и избледняването на религиозната идентичност в някои от населените места в последните няколко десетилетия. Така това ястие започва да се готви

<sup>14</sup> М. Магазинерка, интервю взето в с. Кутела.

<sup>15</sup> М. Магазинерка, интервю взето в с. Кутела.

<sup>16</sup> Пак там.

и предлага без конкретен повод и е осмисляно като вид блюдо, което е част от рецептите, приготвяни през зимния период като вид ежедневна храна.

В следващите примери от населени места от същия регион ще обърнем внимание и на приготвянето на курбан като част от обредното меню на местните жители. Тук се открояват две основни практики, които на регионално ниво ясно показват половите роли, свързани с приготвянето на месо, като вид обредна храна, както и кои са устойчивите елементи, запазени и до днес. В тази част фокусът попада върху някои от видовете курбан. Въпреки, че *„Жертвената кухня не се различава от обичайната месна кулинария в мюсюлманската традиция, част от която е и в основата на балканската кухня. Съществуват два основни способа за приготвяне на жертвеното месо – печене и варене. Те от своя страна се обособяват в няколко кулинарни технологии: печене на шиш и във фурна, „чисто“ варене (без подправки), варене с прибавяне на зърно или зеленчуци“* (Благоев 2004: 289 – 290).

В района на Средните Родопи екипът ни успя да наблюдава и да документира и двата способа за приготвяне на месо като част от обредната система. Първият пример е от с. Славейно, където според събеседниците печеното месо *„се прави само за хубави поводи“*.<sup>17</sup> Става въпрос предимно за лични поводи като курбан за здраве или родова среща. Според Г. Благоев при видовете жертвоприношения жените изпълняват помощна функция (Благоев 2004: 307). Приготвянето на курбана е изцяло мъжка работа. На мъжете, които умеят да колят животното се гледа с уважение. *„Всеки може да коли, но майсторлъка е да го направиш бързо, да не се мъчи животното“*.<sup>18</sup> Това качество буди респект сред общността. При теренното проучване в с. Славейно по време на приготвянето на месото и трапезата се откроява строга полова диференциация. Жените в кухнята се занимават предимно с тестените изделия, омесването и изпичането на пататник<sup>19</sup> и клин<sup>20</sup>. При обработката на животинските продукти тяхната роля е само помощна – при измиването на определени части като вътрешните

<sup>17</sup> Р. К. интервю взето в с. Славейно.

<sup>18</sup> М. интервю взето в с. Славейно.

<sup>19</sup> Местно ястие, типично за родопската кухня, чиято основна съставка е картофът. Съществуват две разновидности на пататника, като основната разлика е използването на тестени кори. При първия вид се използват само настъргани картофи, които могат да бъдат запечени в тава или изпържени в тиган. В смолянско по-разпространен е вариантът, при който се слага една кора тесто, след това се поставя плънка от настъргани и овкусени картофи и отгоре се запечатва с още една тестена кора.

<sup>20</sup> Тестено изделие наподобяващо баница с точени кори и плънка от ориз, коприва или лапад.

органи и поливане с вода при разфасоването и одирането на животното. Субпродуктите се готвят от жените като най-често влизат в състава на дроб сърмата. Подготовката на месото остава изцяло в полето на мъжката работа.



Сн. Илиана Страхилова, с. Славейно, 2020 г.

В с. Славейно екипът на проекта успя да документира печене на агне на шиш (чеверме). Според Таня Марева „счита се за голямо умение направата на вкусно чеверме. Тънкостите са в осоляването, силата на огъня, скоростта на въртенето и мазането с лой по време на печенето. Готовото чеверме се познава, като майсторът забива при плешката нож и го завърта. Готово е, ако излиза бяла пара и не потича кървава течност. Свалят печеното от огъня и стръскват върху елови клони. Ако е добре приготвено, месото само пада от костите“ (Марева 2017: 39). Наблюдаваният процес в с. Славейно потвърждава това описание. След заколването на животното месото се прибира на студено. В последвалите действия като осоляване, мазане с масло и печене взимат участие само мъжете. Вижда се, че при приготвянето на месо като вид обредна храна все още съществува строго определено полово разделение на труда.

За разлика от готвенето с месо и на месо у дома, което е женско задължение, навън, за общоселски събори, на празници за много хора месото се готви от мъже. Закупените с общи средства животни за общоселските събори се варят на курбан в големи казани. Месото е нарязано с дребните кости (Марева 2017: 38). Такъв общностен празник е и курбанът на връх „Свобода“, наричан от местните Енихан.

Приготвянето на курбана на Енихан баба теке протича по различен начин. Тук приготвянето на храната попада изцяло в полето на

мъжката заетост. Според разказите на участниците в готвенето преди години те сами са заколвали животните. Според публикация в медийното пространство от 9 юли 2012 г. за празника били заклани 60 овце и една юница<sup>21</sup>, през 2017 г. *„Всички, които присъстваха на събитието бяха нагостени с курбан, за който бяха приготвени 85 броя дребен рогат добитък.“*<sup>22</sup> В последните години ролята на мъжа като основна фигура при добива и разфасоването на месо постепенно отпада, тъй като животните започват да се закупуват и колят от професионалисти в цехове. През нощта месото се докарва на мястото, където участниците в курбана го разфасоват и подготвят.

За празника през 2022 г. са използвани 12 крави и бикове<sup>23</sup>, следователно количеството на месото е в пъти повече от това през предходните години. Тук основният способ за приготвянето на обредната храна е чрез варене. Според класификацията на Клод Леви-Строс приготвянето на месо, чрез печене има екзо-характер, а варенето се отнася към ендо-кухнята, предназначена за малка затворена група (Леви-Строс 1997: 168). В повечето случаи това твърдение би могло да се приложи към българската и балканската кухня като цяло, но по-скоро при приготвяне на ежедневна храна. Ако се следва този модел, то ястията от месо, консумирани на общностни празници, биха могли да се причислят към така наречената ендо кухня, която влиза в полето на женската дейност. Според Г. Благоев мъжът изпълнява водещата роля при трансформирането на животното в месо, а в компетенциите на жената е превръщането на това месо в храна (Благоев 2004: 307). С отпадането на основната роля на мъжа при заколването на курбана, ролите се трансформират и той заема изцяло кулинарната функция, считана за част от задълженията на жената. Ако вземем предвид цитатите по-горе, е възможно да се предположи, че самото готвене на храната би трябвало да се осъществява от женската част от участниците в организацията на събитието. Както вече беше споменато, тук ситуацията е по-различна. Според събеседниците причината е, че *„Това е тежка работа, а ние си уважаваме жените, затова тежката работа ние я вършим, жените се занимават с по-леки неща.“*

<sup>21</sup> <https://epicenter.bg/article/archive/1157/11/0>

<sup>22</sup> <https://grandmufti.bg/bg/up-to-date/novini/4365-raionno-myuftiistvo-has-kovo-provede-programa-v-mestnostta-enihan.html>

<sup>23</sup> <https://grandmufti.bg/bg/up-to-date/novini/11295-4000en.html>



Сн. Илиана Страхилова, приготвянето на курбана на Енихан баба, юли 2022 г.

В случая „тежката“ работа е престижната работа, тоест цялото приготвяне на обредното ястие от добива и подготовката на месото до неговото сготвяне. Обработката на месото се свързва с представителното публично готвене, в което участват мъжете. Според Алисън Рейхелд половите норми свеждат приготвянето на храна от жените предимно до частната (домашна) сфера, докато мъжкото готвене е маскулинизирано, често с висок статус и основно в публичната сфера (Reiheld 2014: 1098). Женската част от задълженията по време на курбана на Енихан включва изваждането и раздаването на хляб (купешки), подреждане на съдове и прибори за еднократна употреба, както и почистване на помещението, където е било разфасовано месото и се измиват казаните. От гледна точка на важността на дейностите, работата, попадаща в сферата на женската заетост, се явява спомагателна, второстепенна и дори отчасти непрестижна.

Последният пример, който ще бъде разгледан е от с. Смилян и Празника на смилянския фасул. С оглед целите на изследването няма да навлизам в подробности относно начина на организиране и провеждане на празника, а ще се съсредоточа основно върху общоселския курбан, който е част от празничната програма. Той се приготвя основно с помощта на дарения. Това става ясно от думите на председателя на читалището в с. Смилян Илиия Годев „Смилянци са дарили 250 килограма фасул, с който да нагостят хилядите гости на селото. Освен



*топла чорба със смилянски фасул, на общата трапеза ще има и курбан, приготвен от 7 овце и една крава, които също са дарение“.<sup>24</sup>*



Сн. Илиана Страхилова Празник на фасула 2019 г., с. Смилян

Споделената информация за количествата храна касае празника през 2022 г. Въз основа на наблюдаваното на терен в с. Смилян могат да се открият две основни полово определени специфики в дейностите по приготвянето на празничната храна. За разлика от описаната ситуация с курбана на Енихан баба, тук функцията на жената не е помощна, дори напротив. Разделението на дейностите по време на празничния курбан е равностойно. Всички участват в готвенето, раздаването на храна, сервирането, отсервирането и чистенето, без значение от кой пол са. На Празника на Смилянския фасул през 2019 г. общността и гостите на селото се гощават с два вида ястия. Първото е боб чорба, второто – пилаф с месо. Постното ястие се приготвя и раздава от жените, докато това с месо – от мъжете. Специфичното в тази ситуация е, че и двата вида готвене попадат в графата на публичното приготвяне на храна, защото са част от курбана за празника,

<sup>24</sup> <https://www.24chasa.bg/bulgaria/article/12932400>

следователно могат да бъдат възприемани като обредна храна. Това е така, защото тематиката на събитието позволява ястия, считани за типично женски, тъй като са вид ежедневна храна (както е случаят с боб чорбата) и попадат в рамките на домашното приготвяне на храна, да влязат в публичния сектор и да добият своето представително значение и функция.

От изложеното дотук могат да се направят няколко основни извода. Развитието на кулинарния бранш в България през втората половина на ХХ век несъмнено дава своя отпечатък върху приготвянето на храната. Фактът, че все повече мъже завършват профилирани паралелки, свързани с ресторантьорския бранш и влиянието на социалните мрежи и медиите спомагат за промяната в домашното приготвяне на храна в съвременността. Така в днешно време все по-често започва да се говори за появата и установяването на силния пол в кухнята, сфера, която все още е считана за доминирана от жените. Джендър трансформациите постепенно започват да настъпват в частния аспект на готвенето. Все още обредното приготвяне на храна на пръв поглед изглежда консервативно и капсулирано и традиционните порядки се осмислят като непроменени и статични. Въпреки някои типични примери, като печенето на месо на шиш (чеверме), може да се отбележи, че и при празничното приготвяне на храна започва да се забелязва леко трансформиране. Отпадането на някои от функциите на мъжете, като заколването на животното, предполага замяната на първоначалната им роля с нова. Така постепенно отговорността при приготвянето на курбан от месо изцяло влиза в сферата на мъжките задължения. Влиянието на медиите изиграва още една важна роля, а именно за промяната и сливането на границите между частното и публичното приготвяне на храна. Така освен наложилите се вече образи на мъже, реализирани като професионални кулинали, започва да се прокрадва и един нов типаж, този на мъжа, който помага и при приготвянето на храна у дома. Въпреки това в малките населени места ситуацията сякаш остава непроменена. Ангажираността в кухнята продължава да стои в полето на женските задължения, освен ако конкретната ежедневна храна не е свързана по някакъв начин с мъжките трудови дейности.

### Литература:

- Благоев, Г. 2004. *Курбанът в традицията на българите мюсюлмани*. София, БАН.
- Велинова, И. 2014. Глобалната храна в България: между своето и чуждото. *Всичко за продан. Консумативната култура в България*. София, НБУ, 194 – 241.

- Леви-строс, К. 1997.** Кулинарният триъгълник. *Културна Екология*. София, Лотос, 165 – 175.
- Марева, Т. 2017.** Традиционна храна и хранене на населението в село Момчиловци, Смолянско. – *Известия на РИМ – Смолян*, том 3, 5 – 116
- Маркова, М. 2011.** *Храна и хранене: между природа и култура*. София, АИ „Проф. Марин Дринов“.
- Павлова, Й. 2011.** Разширяване на „частното“ пространство в публичното. Списанието „Жената днес“ през 1954 – 1958 г. – *ПОЛ И ПРЕХОД: 1938 – 1958*. София, Тип-топ прес, 189 – 200.
- Шкодрова, А. 2014.** *СОЦ ГУРМЕ. Куриозната история на кухнята в НРБ*. София, Жанет 45.
- Mintz, Sidney W. 1996.** *Tasting Food, Tasting Freedom: Excursions into Eating, Culture, and the Past*. Boston: Beacon Press.
- Reiheld, Al. 2014.** Gender Norms and Food Behaviors. In **Paul Thompson & David Kaplan (eds.)**. *Encyclopedia of Food and Agricultural Ethics*. 1094 – 1100.

**Интернет източници:**

- <https://www.24chasa.bg/bulgaria/article/12932400>
- <https://grandmufti.bg/bg/up-to-date/novini/11295-4000en.html>
- <https://epicenter.bg/article/archive/1157/11/0>
- <https://grandmufti.bg/bg/up-to-date/novini/4365-raionno-myuftiistvo-haskovo-provede-programa-v-mestnostta-enihan.html>
- [https://www.tiktok.com/@tonchev.dimitar?\\_t=8Yst6NnFttV&\\_r=1](https://www.tiktok.com/@tonchev.dimitar?_t=8Yst6NnFttV&_r=1)
- [https://www.tiktok.com/@stoicho\\_danchev?\\_t=8Yst1CzhPWf&\\_r=1](https://www.tiktok.com/@stoicho_danchev?_t=8Yst1CzhPWf&_r=1)
- <https://masterchef.btv.bg/>
- <https://bardarskigeran.eu/bg/%D0%B1%D1%8A%D1%80%D0%B4%D0%B0%D1%80%D1%81%D0%BA%D0%B8-%D0%B3%D0%B5%D1%80%D0%B0%D0%BD/%D0%B1%D0%B8%D1%82-%D0%B8-%D0%BA%D1%83%D0%BB%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B0/97-farsang-fasching-farshangi>
- <https://profit.bg/svezho/pushena-kalbasa-ot-dnes-v-lidl/>

## ХРАНИТЕЛНИТЕ НАВИЦИ НА БЪЛГАРСКИТЕ МИГРАНТИ. МЕЖДУ ДОМА И ЧУЖБИНА

Гл. ас. д-р Кремена Йорданова,  
Катедра „Етнология“, Исторически факултет,  
СУ „Св. Климент Охридски“

**Анотация:** Изследването се стреми да даде един различен поглед върху хранителните навици на определена група мигранти. В резултат от дългогодишна миграция, събеседниците са принудени да споделят двойствена принадлежност към места и култури, а с времето и към две родини. Това е спомогнало за създаването на една хибридна идентичност, която ние може да видим в изградените нови хранителни навици. Храната в този случай не показва национална, етническа или културна принадлежност, а основно индивидуалния избор за адаптиране в един глобален свят. Настоящото изследване ще се опита да илюстрира нюанси от живота на група хора, които се борят с последиците от тяхната дългогодишна миграция — от процесите на адаптация в чужбина до не толкова трудния път обратно към дома, с неговите неизбежни последици.

**Ключови думи:** храна, хранителни навици, идентичности, мигрантски общности, адаптация, реадaptация

**Abstract:** The research seeks to give a different insight into the food culture of a certain group migrants. As a result of long-term migration, the interlocutors are forced to share dual belonging to places and cultures, and with the time to two homelands. This has helped to create a hybrid identity that we can see in the new culture of eating that have been developed. This new cultural situation defines the individual as his own. Food no longer indicates a national, ethnic or cultural affiliation, but a basic individual affiliation for adaptation in a global world. The present study will try to illustrate nuances of the life of a group of people who are struggling with the consequences of their long-term migration — from the processes of adaptation in the country to the no less difficult way back home, with its inevitable consequences.

**Keywords:** food, eating habits, identities, migrant communities, adaptation, re-adaptation

Съвременният свят с непрестанната човешка мобилност, направляван от глобалния информационен поток, отдавна е нарушил традиционните граници на битуване и е предоставил възможност хората сами да определят себе си, да дават отговорите на въпросите кой съм аз, как и къде искам да живея. Важен аспект от този избор представляват процесите на дефиниране на личността и нейната идентичност чрез храната и храненето. Храненето, както и говоренето, казва Мери Дъглас, са шаблонна дейност (Douglas 1972: 62). Изборът на храна и хранителните навици могат да разкрият значителна информация за индивида. Храната, която избираме, разказва истории. Истории за идентичност. Разказът на един мигрант за храната и хранителните му навици може да е разказ за семейството, за дома, за миналото, но и за настоящето. Често той представлява и разказ за мобилност, за носталгия, за процесите на асимиляция или съпротива (Almerico 2014: 1).

Съществуват много проучвания, свързани с хранителните практики и влиянието им върху идентичността. Много от тях са фокусирани върху съхраняването на националната принадлежност на мигрантските общности. Пренасянето и запазването на кулинарните практики от дома несъмнено е начин за съхранение на идентичност в един глобализиран свят, където част от хората вече не живеят по родните си места. Страхът от загуба на идентичност кара хората да възпроизвеждат редица родни културни практики, понякога дори неосъзнато. Храната спомага за съхранението на чувството на принадлежност към „дома“, независимо, че си далеч от него (Abbotts 2016:1).

Храната като маркер за идентичност може да поддържа ясни граници между „ние“ и „другите“ от една страна, но от друга може да е и мост между културите (цит по: Raul Matta, Charles-Edouard de Suremain and Chantal Crenn 2020; 4). По този начин тя има двойната функция едновременно да разкрие кои сме ние, но и да заяви кои искаме да бъдем. Днес културната идентичност на индивида е в непрестанен процес на развитие и промени. Човек може да споделя нормите не само на една култура, но и да преживява и въобразява себе си в рамките на различни идентичности. Последните обикновено динамични и променящи се в процеса на всекидневната адаптация и сменящи местата си според конкретните нужди на индивида и според изискванията на новата среда. Храната като ежедневна дейност, в същината ѝ както на биологичен, така и на културен факт, има способността да спомага за конструирането на нови идентичности. Междукултурният обмен, в който живеят мигрантските общности, представлява благодатна среда за изграждането на нови хранителни навици, които съчетават установените домашни и придобитите чужди продукти, начини на приготвяне и консумация.

Този текст се стреми да покаже аспекти на индивидуалната миграция, тема често пренебрегвана, но изискваща по-задълбочено проучване от страна на хуманитарните науки (Knight & Shipman 2021: 25). Обект на изследването са завърналите се в България мигранти, живели в чужбина в продължение на повече от 15 години без прекъсване. Това е един личен житейски разказ на всеки от събеседниците. От заминаването през адаптирането в чужда среда, решението за завръщане и не по-малко трудния път обратно към дома, с неговите неизбежни последици.

Интервюираните са със сходен икономически, образователен и семеен социален профил. Но това, което категорично ги поставя в една група и позволява те да бъдат изследвани в цялост, е ранната възраст, в която те напускат страната сами, без придружител от страна на семейството. Това се случва обикновено веднага след завършване на гимназия. За всички този период съвпада с началните години на новото хилядолетие. Основната им цел е да продължат образованието си в чужбина в различни европейски университети, затова всички те могат да бъдат причислени към групата на т.нар. студентска миграция. От тук насетне съдбата им е колкото различна, толкова и сходна. Всички те се завръщат в България приблизително по едно и също жизнено време между тяхната 35 и 40 годишнина. Самите те казват, че са прекарвали по-голямата част от съзнателния си, смислен живот извън рамките на родината си. Това, че всичките ми респонденти са с идентичен житейски опит, а донякъде и съдба, ми даде възможност да направя обобщен образ на специфичния им процес на адаптация и последвалата реадaptация в България.

Този текст не претендира за изчерпателност. Той ще се опита да илюстрира нюанси от живота на група хора, които се борят с последиците от тяхната дългогодишна миграция. Изследването се стреми да даде един различен поглед върху хранителните навици на определена група мигранти, които са видимият маркер, който ни даде възможност да проследим процеса на изграждане на нов тип идентичност. В резултат от дългогодишна миграция, събеседниците са принудени да споделят двойствена принадлежност към места и култури, а с времето и към две родини. Това от своя страна е спомогнало за създаването на една хибридна идентичност, която ние може да видим в изградените нови хранителни навици. Тази нова културна ситуация отделната личност вече определя само и единствено като своя собствена, а не групова. За тях храната вече не показва национална, етническа или културна принадлежност, а основно индивидуалния избор за адаптиране в един глобален свят. Изграждането на подобна идентичност не е еднократно действие, а дълъг процес, който преминава през различни етапи.

### *Адаптация в чужбина*

Целта на настоящото изследване не е да бъдат проследени основните черти на адаптационния процес на българските мигранти в чужбина. Тук ще се опита да разберем през какви процеси на промяна преминава индивидът при социалната му адаптацията в новата културна среда единствено през разказа за хранителните му навици в чужбина.

Начинът, по който избираме храната си, показва кои сме ние. Това се вижда ясно и при мигрантските общности. Храната може да накара човек да се почувства „на място“ в един непознат и несигурен свят, какъвто е този на приемащата култура. Затова е и толкова важно, след пристигането в страната приемник, мигрантите да търсят сигурност в символната близост и присъствието на познати неща. Чрез познатата храна емигрантите „поддържат емоционалното си равновесие и успокояват носталгията си“ (Маркова 2013: 196). В своето изследване на база на събран теренен материал във виртуалното пространство през 2006 – 2007 г. Мария Маркова забелязва че българските мигранти споменават, че обичат „всичко типично за българската кухня“, като с тези си предпочитания те показват и затвърждават своята етнокултурна идентичност (Маркова 2013: 196).

Едновременно с това храната е ресурс в процеса на интеграция в новата общност. Тя спомага за по-лесен достъп до социален контакт на новото място и така може да инициира по-бърза и лесна социална адаптация. Промените, които настъпват в структурата и съдържанието на храните и навиците, свързани с храненето на мигрантите, отразяват и промени в идентичността. Хранителните навици са гъвкави, те се изменят с напредването на възрастта, под влияние на средата и на различни външни фактори. В този смисъл те не винаги са резултат от личен избор. Също както и идентичността. Тя е динамичен конструкт и мигрантите в чужбина показват нейните ситуативни измерения. Направените от мен интервюта представят една различна група от емигранти, която чрез избора си на храна или по-скоро чрез отказа си от някои от старите си хранителни навици, се опитва донякъде да предефинира оформената в детските години етнокултурна принадлежност и да даде възможност за развитието на паралелна идентичност, необходима в настоящия момент. Отказът от консумиране на познатото е индикация за вплитането на храната като елемент в изграждането на новата идентичност.

Процесът на адаптация изисква индивидът да съумее да съчетава моделите на двете култури – тази на произход и тази на пребиваване. Това не е толкова трудно за европейските мигранти, тъй като се наблюдава сближаване на културните модели в съвременността, в

това число и хранителни, често дори дотолкова, че границата между тях намалява несезаемо. Тук трябва да се има предвид и улесненият достъп до различни хранителни продукти в рамките на Европа, в това число и такива, които идват от родните им страни. Мигрантите все по-лесно заместват определени храни и продукти и започват да създават смесен стил на хранене, който се определя от съжителството на двата културни модела.

Как обаче този двойствен модел влияе на идентичността? Има няколко ключови специфики, свързани с храната и хранителните навици на мигрантите, които улесняват адаптирането им в новата среда. От една страна това е силното лично желание за по-бързо приспособяване, а от друга е това, че са сами на новото място, без членовете на своите семейства.

### 1. Желание за адаптация

Наблюденията показват, че още с пристигането си по-голямата част от интервюираните отказват да общуват с българската общност в страната домакин и умишлено избягват контакти с нея. Имат определен малък кръг от познати българи, но общуването е ограничено в него. Самите те споделят, че умишлено търсят дистанция. Причините за това са различни, но желанието за по-бърза адаптация надделява: *„Аз бях много неинтегрирана в българската общност в чужбина. В началото умишлено избягвах и не желаех да се виждам с българи. Защото ти си в процес на изцяло променяне на пътя си. Нямах желание да общувам с българи. Ти от една идентичност изцяло отиваш към друга. И много имаш желание да се научиш на кодовете, да те признаят и да се чувстваш интегриран, че дори несъзнателно искаш да избягаш от някои от старите кодове. И сега ме е срам, но си спомням един мой преподавател, беше ми писал: „Имам в моя курс българка, бакалавър, струва ми се изолирана, ще ви изпратя имейла ѝ, за да имате как да общувате“. Никога не ѝ писах. Не бях изобщо в състояние за това“*.<sup>1</sup>

Още с пристигането си в чужбина моите събеседници се съсредоточават върху развитие на отношенията с домакините, които с течение на времето ще дадат своя отпечатък върху хранителните има навици. Първият им досег с културата на новоприелите ги държави е именно храната. Заедно с първоначалния шок от пътуването, страха от неизвестното и пълното непознаване на средата и обикновено на езика на приемащата страна, се появява и притеснението от непознаването на ежедневните форми на споделено общуване, в това число и на хранителните практики на новото място. Храната и хранителните навици в страната домакин също са част от тази непозната за мигрантите култура, с които те се сблъскват почти веднага след пристигане-

<sup>1</sup> С. К., 38 г., гр. София, живяла във Франция.



то: „Спомянам си за първия път като ми сервираха ньоки. Направо щях да повърна! Каква е тая отвратителна храна! Лепкава гадост! Струваха ми се страшни загубеняци, че могат да ядат такава храна. А сега обожавам ньоки. Толкова е вкусно! [...] А месото алангле какъв проблем беше за мен! Ще ти разкажа една смешна случка, за да видиш колко съм разбирала тогава. При семейството, в което живеех. Бяха купили някакъв розбиф и жената ми казва „Сложи го във фурната за обяд, аз отивам да си направя маникюр. След 10 минути, като стане, само да спреш фурната“. И десет минути минаха. Отварям го. Оооо, ми че то сурово! Трябва да се изпече още. И го оставих. И после тази беше шокирана: „Нали ти казаха само 10 минути“ и аз: „Ама как, то е сурово“. „Не, така се яде!“. Цялата вечер ме гледаха лошо“.<sup>2</sup>

Постепенно нещата се променят. Младостта им предполага повече увереност в експериментирането с нови храни и практики. От разказите на респондентите може да се заключи, че в рамките на първата година те вече достатъчно добре са опознали кодовете на новата култура. А един от важните културни кодове, спомагащ процеса на адаптация, е усвояването на хранителните навици на страната приемник. Мигрантът непрестанно се учи. Както казва Алфред Шютц в своето есе „Чужденецът“, „адаптирането на пришълеца към вътрешната група, която първоначално му изглежда чужда и непозната, е продължителен процес на проучване на културния образец на тази група. Ако този процес завърши успешно, тогава образецът и неговите елементи ще станат за пришълеца саморазбиращи се, безвъпросен начин на живот, убежище и защита“ (Шютц 1999: 21). Желанието на моите събеседници за по-бързо и умело адаптиране ги подтиква да имат още по-силен интерес към местната кухня, за да натрупат необходимия културен капитал: „Доста бързо свикнах обаче и ми бяха харесали разни неща. И когато имах възможност винаги търсих в магазина разни френски продукти, които ми бяха харесали при първо пробване или възбудили любопитството, за да си ги пробвам сама. Не съм се опитвала или търсила български продукти в нито един момент“.<sup>3</sup> Те си дават сметка, че непознаването на основните поръдки в храненето на местните, може да ги превърне в аутсайдери. Според някои от тях познанието за храните, които се ползват в страната приемник, е нещото, което най-ясно отличава новодошлите от останалите. В годините на тяхното заминаване обаче, въпреки технологичния бум в Европа, те нямат достатъчно достъп до информацията относно спецификите на съответната кухня, а и не са пътували достатъчно извън България, за да опознаят отблизо различни кулинарни традиции. Това, което улеснява адаптацията, е че вкусовете на новите места са непознати, но не и драстично различни от домашните. Още преди заминаването те са чували за

<sup>2</sup> С. К., 38 г., гр. София, живяла във Франция.

<sup>3</sup> С. К., 38 г., гр. София, живяла във Франция.

наличието на определени продукти, въпреки че не са ги опитвали, а и в началото на ХХІ в. различни представители на западноевропейската кухня вече навлизат в България. За да могат да се чувстват покомфортно на новото място, те се съсредоточават върху научаването на непознатите продукти и хранителни практики. Храната се оказва важен пункт в изграждането на межкултурни връзки за тези млади хора. Покажеш ли, че познаваш храните, показваш, че се чувстваш все по-добре на новото място, че започваш да разбираш културните специфики на приемащата общност и си по-близо до приспособяването: *„Вече бях живяла и на други места. И пристигам първа вечер в Осло. Всичко ми е платено от проекта. Сутринта на закуска има огромен бюфет – пушени риби, кафяв хляб, тяхното сирене. Буквално прегоряло мляко! Отвратително! Но пробвам. Очарована съм! Това е вкусът на Норвегия, си мисля. Просто бях превъзбудена от новото начало“*.<sup>4</sup> Те споделиха, че за тях особено важни са били общите хранения с приятели или колеги. Храненето е едно от социалните събития в ежедневието. По време на тях се комуникира, общува, предава информация. Тези събития са в основата на приемането на новите членове на общността.

## 2. Липса на семейство

Културните кодове се предават в най-близката общност още в най-ранна детска възраст. Един от първите такива кодове е храната. Начинът на хранене, определените хранителни продукти, които избираме, носят със себе си отпечатъка на групата, към която принадлежим. За това и хранителните навици са така устойчиви (Матанова 2016: 150). Храната ежедневно препотвърждава нашата културна идентичност. Семейството обуславя избора ни на храна и тази храна се превръща в част от нашата диета дори неосъзнато. Ако семейството ни отхвърли определени храни или навици, то е много вероятно и самите ние да го направим.

Мигрантите, които се установяват заедно със семействата си в чужбина, прехвърлят изцяло своите семейни хранителни навици от дома в новата среда. Обикновено жените и най-често майките и техните кулинарни умения пренасят познатите хранителни практики и в чужбина.

Различна е ситуацията с изследваната от мен група мигранти. Моите респонденти заминават сами и затова не могат да запазят изцяло домашните си хранителни навици. Освен това те са напуснали своите семейства на възраст от около 18 години и все още нямат установени готварски умения: *„Когато заминах оттук бях на 19 години и никога не бях готвила. Така че примерно, ако ти се дояде леца, нямаш голям избор, освен сам да мислиш как ще си я направиш тази леца. Така и стана.*

<sup>4</sup> К. С., 38 г., гр. София, живяла в Норвегия.

Затова и сега като погледна, аз лещата я правя по съвсем различен начин от майка ми и сестра ми например“.<sup>5</sup> Също така до момента на заминаването си те нямат навик дори сами да пазаруват хранителни продукти. Всичко свързано с изхранването от финансирането през пазаруването до приготвянето и индивидуалната консумация, е нещо ново за тях.

Всичко това е причината за определен период от време моите събеседници да не разчитат на собствените си готварски умения и на приготвена домашна храна: „Аз изобищо не можех да готвя. И не съм можела да готвя и през целия си престой там. Дори след това не се научих. Точно първата година, най-емоционалната и тежка, аз не съм яла нищо направено от мен, но впоследствие научих някои неща. И имаше неща, които съм видяла те [французите – бел. моя] как ги приготвят и до ден днешен си правя“.<sup>6</sup> От една страна е липсата на умение, но от друга трябва да се имат предвид и трудностите в процеса на приспособяване, свързани с търсенето на дом, плащането на наем, започване на учение, намирането на работа и създаване на приятелски кръг, които заемат по-голямата част от тяхното време. Така те започват да разчитат основно на готова храна. В процеса на културен, икономически и социален шок, съпътстващ адаптацията в новото място, самите събеседници определят храната и храненето им в странство като „най-малката им грижа“. Малко по-малко, тези нови хранителни навици спомагат за разкъсването на връзката им с дома. Те не успяват да пресъздадат цялата ритуалност и емоция, свързани с избора на храна, готвенето и хранителните навици, както се случва при семейните мигранти.

### 3. Нови хранителни навици

Промяната в хранителните навици започва от промяна в местата на хранене. В новите домове на мигрантите помещенията вече придобиват различни от познатите до момента функции. Кухнята не се използва толкова за готвене, колкото за хранене. В новите си апартаменти информаторите почти не са ползвали трапезария, за да се хранят. Те познават трапезарията като място за специални събития и седмични сбирки със семейството. Тъй като не са тук със семейството си, тази стая пространствено и символно вече няма своята стойност. Те се хранят в кухнята, набързо, сами, без специална подготовка. Често храненето се извършва и в холното пространство, на мека мебел. От една страна може да определим тези нови навици и като поколенчески различия, тъй като все по-често се наблюдава такъв модел в хранителните навици на младите хора в цяла Европа, но категорично тук се вижда липсата на възможност за прилагане на познатия семеен модел.

<sup>5</sup> В. Г., 39 г., гр. София, живяла в Италия.

<sup>6</sup> С. К., 38 г., гр. София, живяла във Франция.

Много популярно сред тях, особено в първите години на техния престой, е било не да готвят, а да си вземат нещо сготвено на крак или да хапнат нещо набързо, от наличното в хладилника. Те определят храненето навън като позитивно за тях и заетото им ежедневие, тъй като не е така ангажиращо и определено е евтин вариант за прехрана: *„Спомням си първата година. Но това по-скоро заради финансовата част, се пазаруваше от България. И от България се носеше лютеница, шипков мармалад, ракия, сирене, филе „Елена“, суджук. Но тук по-скоро говорим за липса на пари, а не за нужда от вкус. Например на едното момиче, майка ѝ ѝ пращаше стабилна регулярна база. Пращала е туршия, чушки в буркан, месо в буркани. На мен не са ми пращали. Основно ядох навън пица на парче, а когато почнахме да работим в едни пицарии, ходихме на бюфети. Ядеш колкото искаш за 10 евро. Там ядахме повече италиански неща. Без лимит, до пръскане. Или каквото намериш в хладилника да направиш. Беднотия“.*<sup>7</sup> Именно в първите месеци, а при някои и повече от година след пристигането, липсата на достатъчно финансови средства влияе драстично на тяхното меню: *„А бе ядахме основно паста, защото беше евтино. Изобицо нямахме пари. Сандвичи и паста!“*<sup>8</sup>

Този начин на изхранване спомага за по-бързото изграждане на нова култура на хранителни практики. Липсата на умения в кухнята и липсата на средства улесняват заличаването на старите хранителни навици. Видяхме, че те са били поддържани до по-късно при мигранти, които са били „захранвани“ с колети от България, но при други, ситуацията не е същата. А и все по-често в колетите е имало трайни продукти, които да спомогнат по-скоро за физическото оцеляване на младежите, отколкото да носят със себе си символната стойност на вкуса на дома: *„Бяхме си без пари в началото. Докато намерим работа, докато свикнем, да плащаме и образование, и наем, и консумативи. В началото майка ми пращаше едни колети. Които пристигаха след месец чак. В тях имаше например разтворими супи „Маги“ или някакви вафли“.*<sup>9</sup>

Това, което е нужно на новодошлия мигрант и неговия динамичен начин на живот, силно зает с новите дейности и ангажименти, е една проста и бърза кухня. Забързаният живот в големите метрополи не позволява развихряне на кулинарните практики. Това, разбира се, възпрепятства готвенето в домашни условия и особено приготвянето на някои традиционни ястия, спомен от миналото. Все пак, почти всички са правили опити, еднократни или не, да си приготвят нещо „българско“ в началото на своя живот в чужбина. Повечето се е налагало да се обаждат по телефона на своите майки или баби, за да питат за рецепта и ясни наставления как да приготвят определено

<sup>7</sup> В. Г., 39 г., гр. София, живяла в Италия.

<sup>8</sup> Х. З., 39 г., гр. София, живял в Гърция.

<sup>9</sup> Е. К., 37 г., гр. София, живяла в Италия.

ястие: „Майка ѝ [на съквартирантката ѝ, също българка – бел. моя] като беше при нас и сготви боб. Ама си тръгна. И ние сега не знаем как да си сготвим боб. Обаждаме се на майката на М. по телефона и тя обяснява как да го сготвим и правим боба. Тя жената ни е сготвила, след два месеца се чудим какво да ядем, казваме си „Айде да си направим боб!“, ама никои не знае как се прави боб!“<sup>10</sup> Недоброто познаване на българската кухня и липсата на кулинарни умения ги карат да се откажат много бързо от тези опити да пресъздадат на новото си място нещо познато в храненето. Дотолкова, че с времето те дори не чувстват необходимост от някои от тези ястия. „В Осло 2020 година, като беше пандемията, бях останала за няколко дни при една приятелка. И бях купила едни кори. Бях ги купила от един мигрантски магазин, защото ходя там за зеленчуци. Стояли са замразени с години! Дори не ми беше хрумвало една баница да си направя. И ги извадих, за да размразя хладилника. И си направих баница. И си казах: „Ех, то много хубаво било! Защо не го правя?“ Не ми е идвало за всички тия години да си направя. А и не съм и можела да правя...“<sup>11</sup>

Повечето информатори споделят, че опитвайки се да готвят познатата им традиционна българска кухня в чужбина, се налага да се съобразяват изцяло с наличните съставки и продукти, което само по себе си изменя не само вкуса, но често и начина на приготвяне. „Тараторът ми липсваше много. Голямата драма беше липсата на киселото мляко. Не можахме да намерим като нашето, а всичко там беше сладко. И си спомням, че там имаше една Боби, която живееше с нас по едно време. И тя си правеше таратор с това кисело мляко, сладкото и това беше от-врат! Но в един момент се пококопитихме и понаучихме малко повече италиански. И си намерихме заместител. После с таратора имаше проблем и със зехтина, защото зехтинът променя вкуса. А там нямаме олио. Но с всичко се свиква. Единствено тараторът ми е липсвал, нищо друго!“<sup>12</sup> Тук ще дам пример и с една съставка, която не е била налична. Всички определиха чубрицата като еквивалент на представата им за традиционен вкус и мирис. В началото имат необходимост да я използват при определени ястия или дори само за поръсване на хляб, но няма как да си я набавят. Затова и често едно от основните неща, което си взимат от България при своите прибириания, е именно чубрица. Те не намират заместител на вкуса, а с времето просто спират да я ползват. Така откриват други вкусове, които да я заменят като суха подправка и опитите им за приближаване до българския вкус много бързо отстъпват на новопридобитите вкусове: „Там започнах да ползвам риган и босилек и досега във всичко го слагам вместо чубрица – на салатата, на сандвичи дори. Няма да казваш на баба ми! За нея босилека е цве-

<sup>10</sup> В. Г., 39 г., гр. София, живяла в Италия.

<sup>11</sup> К. С., 38 г., гр. София, живяла в Норвегия.

<sup>12</sup> В. Г., 39 г., гр. София, живяла в Италия.

те, което отглежда, за да го носи в църквата и би и станало много странно, ако ѝ кажем, че ядем босилек“.<sup>13</sup>

Други продукти, характерни за родната кухня на мигрантите, просто е необходимо да бъдат заменени с типични за местната кулинарна традиция съставки. Така повечето още в началото привикват да ядат телешко месо, като заместител на свинското, да консумират гръцко сирене, което лесно се намира, като заместител на българското краве сирене, да употребяват различни варианти на кисело мляко, които да заместят българското. В последствие тези заместители стават основна част от менюто им: „Ох, това със слънчогледовото олио беше страшен шок. Бях убедена дотогава, че със зехтин не може да се готви. То било вредно за здравето. А там само това се ползва! Без зехтин не мога вече“<sup>14</sup> Повечето свикват с новите продукти сравнително бързо.

При всички се наблюдава намаляване на употребата на месни продукти и месо. С времето и повишаването на своя стандарт, те основно започват да се вълнуват от качеството на храната и продуктите, които купуват, а не от техния произход. Но това, което се забелязва при всички е, че в основното им меню присъстват картофите като ежедневна храна, което те си обясняват именно с хранителните им навици от България. Всички те казаха, че в детството са се хранили основно с картофи и това е нещо, което не могат да премахнат от менюто си, въпреки че консумацията на такива количества картофи не са характерни за страните, в които са живели. Дори споделят, че винаги, когато са се прибирали в България, първото нещо, което са си поръчвали в заведение е пържени картофи. Предпочитаният вкус на картофите, които са били в основата на менюто им в детството, тук можем да обвържем с икономически нестабилните години на преход в страната, в които те са израснали.

Всички отбелязват, че въпреки опитите да постигнат домашния вкус, няма как храната да бъде същата, тъй като са подменени някои продукти и практики. Така например готвенето със зехтин, а не със слънчогледово олио, променя вкуса. Те определят тази промяна като съвсем естествен път, по който трябва да минат. С времето за тези от тях, които приготвят едно или две ястия, определени като български, желанието да върнат старото усещане или отпада, или се приспособяват към новия вариант, наподобяващ българския.

Прави впечатление, че сложните техники при приготвянето на някои храни са заменени с по-прости и характерни за приемащата страна, а част от по-трудоемките ястия просто биват премахнати от менюто им, защото не отговарят на динамиката на деня и икономическите възможности на мигрантите. В процеса на адаптация и прис-

<sup>13</sup> Х. З., 39 г., гр. София, живял в Гърция.

<sup>14</sup> С. К., 38 г., гр. София, живяла във Франция.

пособяване моите респонденти променят своите хранителни навици. Малко по-малко представата за домашно приготвена храна, с която са свикнали, е заменена с реалността на хапването на крак навън, яденето на „сухоежбини“ или набързо приготвена домашна храна.

Въпреки че има автори, които твърдят че хранителните навици на мигрантите зад граница са променят изключително трудно, тук виждаме именно обратното (Charon Cardona 2004, McIntosh 1996 цит по Abbotts 2016: 6). Направените интервюта и наблюденията на ежедневните хранителни практики на част от респондентите показва, че никой от тях не е съхранил българската кухня като основна част от своето ежедневно меню. Категорично се установи, че младежката възраст, промяната в цялостния начин на живот на новото място, липсата на семейството, желанието за по-добра и бърза адаптация към новата среда, водят до промени в избора на храна и хранителните навици дотолкова, че още в началото на своето пребиваване в чужбина, тези млади хора вече да нямат силна връзка с българската кухня. Те бързо свикват с новите хранителни навици и продукти и ги превръщат в обикновен ежедневен избор, без да го обвързват с нещо повече. Транснационалните хранителни навици дават възможност за съчетаването на различни културни модели и ситуативният избор на надделяващата идентичност в определени моменти от живота.

#### *4. Празници и носталгия*

Много често хората асоциират определени храни с моменти от миналото, с места и преживени мигове, с определени хора и събития в живота. Носталгията е емоционална реакция, която предизвиква у индивида повторно преживяване на минал момент или събитие. Носталгията извиква емоции, породени от идеализиране на миналото, които често се конструират върху неодушевени предмети или върху спомени за звуци, миризми и вкусове. Затова и много често хранителни продукти, които са част от миналото на дадена личност предизвикват у него „съживяване“ на спомени.

Моите събеседници също изпитват носталгични емоции по време на своята адаптация в чужбина. Повечето споделиха, че им е било изключително трудно в първите месеци и дори първата година от тяхното ново приключение. Като основни проблеми те описват незнанието на език, проблеми в комуникацията, намиране на първа работа в живота, свикване с нова културна среда, живеене с нови и непознати хора и т.н. Това поражда чувство на несигурност, често на изгубеност и желание за нещо познато. Чувство, което много напомня носталгията. На тази възраст, сами, в ситуация на ежедневна борба за оцеляване, при наличието на безкрайни ангажименти и задължения, носталгията обаче бива изтласкана на по-заден план. Това донякъде

им спестява тягостното усещането за липса, характерно за други мигранти.

Темата за носталгията по храната от детството и определени продукти е тясно свързана с темата за идентичността. Редица изследователи са на мнение, че вкусът на носталгията е в основата на емигрантската кухня. Именно носталгията по дома и спомена за вкуса на домашното е причината редица мигранти да възпроизвеждат хранителните навици, характерни за родната им страна и да предпочитат храните, познати им от тяхната етническа, религиозна или национална общност, независимо от възможностите в държавата приемник. Някои автори са на мнение, че проявите на носталгията от живеещите в чужбина е резултат от културна несигурност и проблеми на приспособяването. Индивидът има нужда по-скоро да се върне към познати модели в миналото, отколкото да се насочи към новости, които тепърва трябва да усвоява (Будинова 2010: 232). Чрез носталгията по родния вкус, мигрантите се опитват да се „върнат“ у дома. Някоя рецепта, която те свързвазат със своето детство или семейство, някоя миризма на определен продукт или подправка. Това най-ясно се вижда в празничната храна. Именно изборът на празнична храна най-ясно може да покаже и избора на идентичност на мигранта.

Въпреки промените, настъпили в хранителните навици на моите събеседници, очаквах именно в празничната храна да видя проява на носталгия. Разказите на моите респонденти обаче показаха, че при някои от тях дори празници като Коледа и Великден не са отключили необходимостта от пресъздаването на семейния уют чрез празничната трапеза: *„Мразя всичко, което ядем за Бъдни вечер в България. И единствено брат ми, когато беше при мен за Коледа, благодарение на него, направихме питка. Иначе нищо подобно нямаше да се случи. Брат ми беше за почти година при мен във Франция. И той се е обаждал на майка ми в София да я пита как да направи питка. На мен никога не ми е хрумвало да направя, камо ли да попитам! Но той не искаше да се адаптира там и го гонеше носталгията. Коледата иначе винаги съм я прекарвала с французи и съм си яла типичната за тях храна. А и да още веднъж казвам, нищо от бъдническата трапеза не ми липсва. Сега, някой да ти прави коледен сладкиш с мус от черен шоколад и сладко от кестени, а тук ошаф...“*<sup>15</sup> Тези решения, свързани с лични нагласи и с представата за по-лесния път на приспособяване, могат да доведат до интересни резултати. В процеса на адаптация към новата културна рамка, част от събеседниците преосмислят отношението си към елементи от българската кухня. Част от тях вече не могат да я определят като своя. А при някои, с различно ниво на интензивност, се проявява отрицателно отношение

<sup>15</sup> С. К., 38 г., гр. София, живяла във Франция.



към българската традиционна кухня и към хранителните навици на българите, а оттам често и към всичко, което носи етикет „българско“.

Повечето респонденти споделят, че нямат специално отношение към празничната храна от тяхното детство и това, че са в чужбина, е известно улеснение за тях. Ако има опит за възпроизвеждане на празнични трапези, то обикновено това е в първата година от миграцията, която обикновено е и най-трудна. Така една от респондентките споделя: *„Само веднъж за Бъдни вечер опитвахме, но с много жалки резултати. Аз винаги съм била в Италия на Бъдни вечер и всички сме работили в празничните дни. А ние не сме пазарували до последния момент. И на тази Бъдни вечер, бяхме си останали и трите у дома [и трите българки – бел. моя]... докато избутаме 7 ястия! Ужас! Салата от варени картофи с лук, салатата от боб с лук, салатата от домати и краставици. Даже сладко няхаме, много зле. През акъла не ни е минавало и за нещо по-сложно като сарми, чушки с боб или баклава. Питка с късмети обаче сме правили. Тя не става за ядене, но само за късметите. Това са ми спомените от празниците. Повече не направихме опит за подобно празнуване“*.<sup>16</sup>

Наблюденията показаха, че именно чрез избора на празничната храна и отношението към празниците като цяло се разкриват промените, настъпили в идентичността на събеседниците. Те не отричат носталгичните чувства, които са били част от нелекия им път на адаптация. Но начина, по който ги преодоляват, показва нуждата от по-силна идентификация със страната приемник.

Тук ми се струва важно да спомена мимоходом проявите на идентичност чрез показване на национална кухня на представител на други култури. Храната е един лесен начин да покажеш себе си, кой си. Тя е форма на т.нар. *банален национализъм* (по Майкъл Билиг). Той се проявява най-често чрез демонстрирането на национални ястия, уникални, автентични, екстравагантни, на хора, които не ги познават. Липсата на умения в готвенето не дава голяма възможност за подобни прояви, но някои от респондентите споделят, че са водили свои приятели в български ресторант или са правили тематични вечери на тема локална кухня с други представители на различни мигрантски общности в страната домакин. Но и в двата случая става дума за изявен интерес от страна на другите, а не на самия информатор.

##### 5. Магазини и ресторанти

Именно поради носталгичните емоции част от мигрантите имат необходимост да поддържат непрестанна жива връзка с родината и сънародниците. Такава възможност в чужбина дават определени места, които се оформят като български топоси. Такива са българските/балканските магазини, в които те намират различни видове продукти

<sup>16</sup> В. Г., 39 г., гр. София, живяла в Италия.

(основно хранителни) от родната си страна. За част от мигрантите пазаруването на хранителни стоки от подобни магазини е възможност да усетят вкуса на дома. Магазините и ресторантите са тези, които възпроизвеждат дома, те не са само място за консумиране и пазаруване, а социални пространства, в които се поддържа контакт с общността. Има мигранти, които пътуват с десетки километри, за да отидат до български магазин, който не само не се намира в техния град, но често не е и в техния район, за да се сдобият с така желаните стоки от дома. Продуктите, които най-често се търсят, са типични за българския вкус – лютеница, кисело мляко, колбаси, тестени закуски, алкохол и др. (Маева 2017: 209 – 210). При определени групи мигранти националната кухня повишава символната си стойност. Чрез нея те свързват себе си със загубената родина, със семействата си, със спомените си от миналото. Това е техният израз на национална принадлежност. От друга страна, по този начин пазят „своето“, което много лесно може да бъде завладяно от „чуждото“. Защото чрез храната може да се подпадем на различни културни влияния и нашите родни навици да станат уязвими. Редица от по-възрастните мигранти, особено тези, които са заедно със семейството и децата си или краткосрочните мигранти, търсят връзката си с дома именно чрез тези български топоси. Направи ми впечатление, че при част от моите събеседници се забелязва подобно поведение в началото на тяхното пристигане: *„В Мюнхен имаше български магазин. И първата година решихме да идем, за да си купим туршия. После решихме, че ни харесва повече турската туршия и вече започнахме да я хапваме нея, тъй че ходих в турския магазин. Но домати! Няколко пъти изминавах по 10 км. в една посока и 10 км. в другата посока, защото били пуснали домати от България за 6 евро кило! Бяха хубави, но повече не си и купих. Никога не бих го направила иначе. Но това се дължи на факта, че тогава живеех с българин, който имаше силно отношение към българската кухня“*.<sup>17</sup>

Друга част от мигрантите обаче не поддържат връзка с българската общност в приемащата страна по различни причини. Изследваната група спада именно към тази категория мигранти. Необходимостта от връзки и контакти с родното зависи от мигрантския статус. Изследваната от мен група мигранти се опитва абсолютно съзнателно да се адаптира към новата среда, в която общуват основно с представители на различна култура. С времето, прекарано в чужбина, те започват да търсят различни продукти в по-малки магазини, често държани от представители на различни мигрантски общности, рядко български. Водещи са, разбира се, личните им предпочитания. Най-често се споменава лошото качество на зеленчуците и плодовете в големите супермаркети, което ги кара да търсят по-добро качество в малки магазинчета.

<sup>17</sup> Г. В., 38 г., гр. София, живяла в Германия.

Част от интервюираните признаха, че по време на престоя си в чужбина дори не са се замисляли над възможността да посетят български магазин или ресторант. Те дори споделиха, че не знаят дали в градовете, в които са живели, е имало такива места. Някои от тях научиха от мен за съществуващи български или балкански магазини и ресторанти в населяваните от тях градове, както и не знаеха какво се предлага в тях. Както посочих, тези магазини и ресторанти са топови на българското, използвани колкото за набавяне на стоки, толкова и за социален контакт. Част от събеседниците ми споделиха, че не са изпитвали нужда от подобен контакт нито в първите месеци на своето пристигане, нито на по-късен етап от престоя си. Другите, които все пак използват такива магазини си спомнят, че това е за много кратък период в началото на пристигането. След това вече не са търсели подобна връзка. Причините за това са комплексни и вече бяха отбелязани. Но като основен мотив трябва отново да посочим техния съзнателен стремеж за пълна и бърза интеграция в новата общност. Това се вижда много ясно в някои от дадените отговори. Всички посочват, че в много дълъг период им липсват някои от българските продукти, които нямат реален заместител в чужбина — българското краве сирене или кисело мляко. Споделят, че много им се е искало не веднъж да си хапнат и да го имат в хладилника, но никой не си е и помислил да го потърси в някои от магазините или да намери друг начин, по който да се сдобие с така желаното.

### *Завръщането*

Има много писано за българските мигранти и за адаптирането им към новата културна среда в чужбина. Но все още малко се обръща внимание на завърналите се и техните проблеми при реадаптацията им в родината. В този текст не се разглеждат мотивите за завръщането на мигрантите или цялостния процес по новото приспособяване, както и въздействието, което това завръщане има върху семейството и общността. Изследването има за цел да маркира само някои аспекти от процесите, свързани с повторната адаптация, които са обвързани с храната и хранителните навици.

Завръщането, след дълга миграция, носи редица предизвикателства. Както и адаптация, така и реадаптацията са изключително сложни и пълни с трудности процеси. В своето есе „Завръщаният се у дома“, Алфред Шютц показва колко труден може да е пътят наобратно. Големият проблем на завръщаният се у дома е измамното усещане, че просто ще се обърне към спомените си от миналото и всичко ще бъде наред. Завърналият се обаче не отчита промените, настъпили във времето, в което го е нямало (Шютц 1999: 23). Променили са се, а понякога и необратимо са се загубили, отношенията в семейството и

със семейството, променили са се отношенията с приятелите и всички, с които някога завърналият се е имал социални връзки. Изведнъж той се превръща в „чужд“. Шютц обобщава „домът, в който той се завръща, съвсем не е домът, който той е напуснал, или пък домът, за който си е спомнял и за който е копнял през време на отсъствието си. По същата причина завръщащият се у дома не е същият човек, който е напуснал този дом. Той не е същият нито за себе си, нито за тези, които очакват неговото завръщане“ (Шютц 1999: 32). Миграцията навън и тази обратно имат общи характеристики. Но много често завръщането въкъси води до дори по-труден процес на адаптация за индивида от заминаването и приспособяването в чужбина (Мишева, Гетова, Бакалова 2021: 360): „В началото се чувствах много чужд. Даже колегите бяха забелязали и ми бяха казали, че изглеждам като чужденец в България. И съм ги чувал даже, като говоря с клиенти по телефона на английски и те: „Чувате ли как Х. говори на английски с гръцки акцент“. Еми да, няма как да не говоря с гръцки акцент, при положение, че аз последните 15 години съм говорил английски с гръцки акцент! Със сигурност повече от година-година и половина ми трябваша, за да спра да се чувствам така загубен. Много по-трудно отколкото, когато заминах за Гърция и се адаптирах там. Сега се чувствам у дома, но въпреки това се замислям, че може би няма да остана тук“.<sup>18</sup>

Завърналите се сами описват своите трудности, свързани със сблъсъка с познатата, но позабравена или умишлено пренебрегвана с годините действителност в родината. Този културен шок е сред основните препятствия при реадaptацията на мигрантите. Като изключим голямата тема за социалните отношения на завърналите се, в разговорите с всичките събеседници се усеща напрежение и неразбиране по отношение на някои процеси в страната, които те не само не одобряват, но и ги карат да се чувстват „не на място“. Най-често се споменават проблеми в сферата на обслужването, работната етика, политическите процеси, корупционните схеми на всички нива, инфраструктурата и т.н. Но това, което е от изключително значение за настоящето изследване, е, че завърналите се мигранти минават често през един нелек етап, свързан с това да се научат да живеят отново със семействата си или с отделни техни членове (Setrana 2014: 6). Причините за това са различни. От финансова нестабилност в момента на завръщането, през необходимост и от двете страни за контакт, до факта, че те никога не са имали собствени домове в България, тъй като при заминаването си са били много млади и са живели с родителите си.

### 1. Обратно в семейството

Семейството има основна роля в процеса на реинтеграция. То има функцията да въведе индивида отново в културната рамка на

<sup>18</sup> Х. З., 39 г., гр. София, живял в Гърция.

общността. Но то е и това, към което най-трудно се приспособяват отново завърналите се. Мигрантите имат определени очаквания от семейството при завръщането. Обикновено за краткото време, в което като мигранти се прибират у дома за ваканция или на кратки посещения, социалните им контакти са интензивни, атмосферата любяща и затрогваща (Gmelch 1980: 145). При завръщането очакването им е да срещнат същите хора, които са напуснали отдавна. Но не се получава точно така. Семейството се е променило, то е продължило пътя си без тях. Родителите са остарели, децата са пораснали, братята и сестрите са поели по нови пътища. Така отношенията между членовете на семейството се променят. Прибирането у дома носи нови задължения и за двете страни. Това от своя страна води до напрежение и конфликти вътре в семейството. Заживявайки отново заедно, след толкова години, сблъсъкът е неизбежен. Ролите са променени, но тази промяна често не е осъзната. Завърналите се вече не са малки деца, но родителите им са останали с този спомен за тях. Те изискват от тях да продължат да бъдат младежите, които са напуснали дома им на 18 години. От друга страна завърналите се са свикнали на самостоятелен начин на живот, обикновено с приятели, партньор или сами. Всички споделят, че липсата на пространство, на самостоятелност, на уединение е голям проблем за тях. И тук идва моментът на носталгията. И от двете страни. На родителите по загубеното дете, на детето по загубения дом, който вече не е този. В тази трудна ситуация, навиците на хранене, с които се опитват да ги накарат да се съобразят отново техните семейства, със сигурност не им помагат, за да се чувстват по-комфортно и да се улесни тяхното повторно адаптиране. Завърналият се носи със себе си елементи от чуждата култура, които вече е възприел като част от своята културна рамка. След дълги години в чужбина, завърналите се трябва да се сблъскат с още един процес на реинтеграцията – отново промяна в хранителните навици или опит за запазването на вече придобитите в миграция.

Първата работа на родителите е да се опитват да накарат ново-дошлите да се почувстват отново у дома чрез приготвянето на домашна храна. Те правят това изключително инстинктивно, необмислено, тъй като все още вярват, че детето им не е променило своите вкусове. Те не осъзнават, че хранителните навици на роднините са се променили под влияние на страната приемник и няма как да бъдат „рестартирани“ наново при завръщането, сякаш не е минало повече от десетилетие от напускането на дома.

Респондентите споделят, че сготвеното от техните родители определено вече не е по вкуса им. Оценяват техния опит да ги накарат да се чувстват „у дома“ чрез направата на храни от тяхното детство, част от които обаче те вече не харесват: *„Има неща, които готви баба ми, които*

като малък ми ги е готвила и са ми харесвали, ама сега, вече като съм живял в Гърция толкова, не ми харесват. Кофти ми е, няма да ѝ го кажа, но не ми харесват. Не мога да го ям. Оризът го разварява ужасно много, той е на каша, гърците не правят така.[...] Мусаката ми е странна вече. Някак ми е много семпла. Картофи с кайма. Трябва да има патладжан, картофите да са нарязани на ситно, трябва да има по-различен вкус, да има канела вътре. Не ми харесва мусаката тук! Естествено не ѝ казвам, че нещо нейно не ми харесва, защото вече ми е безвкусно.[...] Съжالياвам, че го казвам, на баба ми не бих го казал, защото баба ми би се отказала от мен, обаче гърцкият козунак е много по-хубав!“<sup>19</sup> Мигрантите искат да се хранят с храната и продуктите, с които са свикнали в чужбина. А и авторитетите от миналото вече не са същите: „Майка ми реवेशе като се прибирах. Твърдеше, че сме депресирани заради цветовете на дрехите, които носим. И после, защото родителите на другите деца, които живеят в чужбина, ги молиха: „Мамо, готви ми руска салата!“. И тя носи в една кутийка още на летището, да пробва с лъжичка в колата! Пък аз никога не съм била искала нищо! Ама е верно. Никога не съм искала, не ми е липсвало нищо, което тя е готвила“.<sup>20</sup>

Досега никога не са имали против да се съобразят и зарадват на направена в семейството храна при тяхно краткотрайно връщане в страната на почивка или по някакъв специален повод, но определено не приемат това да бъде ежедневието им хранителен избор. Те вече не са на гости за седмици или две, а са равноправни членове на семейството, желаещи да живеят по установения от тях начин.: „Например майка ми прави често паста с доматиен сос, с някаква кайма и го запича с много кашкавал отгоре. Това примерно аз не мога да го ям. За мен това не е паста, това е не знам... Това е извращение! Защото каймата е от тази готовата, подправена вече, тя не е месо. Смърди на чесън. С този кашкавал! Пастата е разварена... това е нещо... И съм им го казвала, че това не е нормално. А те ми отвързват, че аз не съм нормална. Ей сега наскоро Е., бях си направила да хапна и той ми вика с погнуса „Вие какво ядете в тая Италия, бе?“ А на мен на акъла ми е, вие какво ядете тука?!“<sup>21</sup> Трябва да имаме предвид, че тази реакция е често срещана при завърнали се мигранти. От една страна, моите събеседници са се изградили като самостоятелни личности именно в мигрантските си години. В този процес те са се научили как да съчетават успешно елементите от двете култури, към които принадлежат. От друга страна, е опитът на тяхното семейство да ги приспособи наново, да ги превърне в познатите от миналото деца. Те възприемат тези действия като опит за обезличаване, опит за зачеркване на така трудно изграденото ново „аз“ в миграцията. В трудния процес на реадатация, в непрестанноменящите се

<sup>19</sup> Х. З., 39 г., гр. София, живял в Гърция.

<sup>20</sup> В. Г., 39 г., гр. София, живяла в Италия.

<sup>21</sup> В. Г., 39 г., гр. София, живяла в Италия.

взаимоотношения със семейството и приятелския кръг, завърналите се се нуждаят от препотвърждаване на своята съзнателно изградена идентичност. Те често демонстрират принадлежността си към друга културна рамка пред своите близки, за да се разграничат от миналото си „аз“. Това от своя страна води до прояви на символна престижност на придобитата културна норма, която ясно се вижда в разговорите за хранителните навици на семейството им.

Изследването показва, че при някои от събеседниците в началото след завръщането се появява усещането за „изгубеност“, обратно на очакването те да „се намерят“: *„Вече дори не ми се и готви! Ще сготвиш нещо, ще си го ям само аз и на следващия ден те ще го хвърлят или то ще си седи. То така се случва и с яденето на майка ми, която готви за нас. Честно, на мен ми се иска да мога да си сложа моите кутийки на масата и да си кажа: „Аз днес ще си ям това, което аз искам, а вие се оправяйте“.*<sup>22</sup> Отказът на роднините да ядат пригответената от тях храна само показва пропастта, която е настъпила между тях през годините: *„Аз и сега правя жалки опити да им сготвя нещо. И аз им правя паста. И на тях не им харесва. Не била сварена добре, това сирене мирише, ама тука сега защо скилидката чесън не я оставиш след запръжката. Като цяло пробвам да сготвя за цялото семейство, за майка ми, сестра ми, мъжа ѝ и децата, но ако сготвя паста, си я ям само аз. А на майка ми изобщо не съм пробвала да ѝ сготвя отново, защото знам, че тя обича някакви макарони, но тя ги прави с готови фиксове. А аз само като видя нещо подобно и настръхвам. И за да не се стигне до някакъв конфликт, вече не предлагам. Тук ми се цупят на това, което готвя. И това не те провокира не само да искаш да готвиш за тях, камо ли заедно да се храните“.*<sup>23</sup> Това, че искат да представят специфични за страната, от която идват, рецепти, показва тяхната силна обвързаност с напуснатото място. Отново чрез храната те проявяват желание да запознаят останалите членове на семейството си със себе си, със своя начин на живот, с това което харесват и вече чувстват като свое. При някои това често остава еднократно действие: *„Прибирам се. И един път викам на баба ми и на баща ми: „Айде, сега ще ви направя нещо гръцко. Пастичио“.* Те ме гледат странно. Даже бях донесъл бешамел оттам. Пастата сварих, бъркахме с баба ми кайма. Страшна работа. И естествено те не го харесаха. Те по принцип не ядат паста никаква, а това нещо паста с кайма... ужас. Баща ми вика: „Какъв е този буламач? Ама, вика, все пак няма да го дадем на прасето, ще го изядем“. На мен ми стана много тъпо! Щото аз все пак очаквах да кажат „Уауу“, да са супер впечатлени от моето любимо пастичио. Но както и да е. Та разочаровах се и не съм пробвал нищо друго гръцко да им правя. Еми, отвратително беше“.<sup>24</sup>

<sup>22</sup> В. Г., 39 г., гр. София, живяла в Италия.

<sup>23</sup> В. Г., 39 г., гр. София, живяла в Италия.

<sup>24</sup> Х. З., 39 г., гр. София, живял в Гърция.

Други пък се опитват ежедневно да прокарват някои от елементите на чуждата кухня, така че да са приемливи за семейството и адаптирането към нови вкусове и от двете страни да е по-лесно. Малко по-малко, в процеса на реадаптация, това се забелязва при повечето интервюирани, но с различни темпове и желание. Например съобразяване в избора на продукти, така че да са по вкуса на цялото семейство, въпреки че не отговарят на научената в чужбина рецепта. Същото се наблюдава и от страна на техните семейства, в опит да пригледят вкусовете.

Това непрестанно напрежение вътре в семейството и необходимостта завърналите се да се съобразяват с различни битови навици в рамките на дома, води до усещането, че те вече имат много повече общо с хората от приемащото ги общество, отколкото със собствените си сънародници (Gmelch 1980; 143). И именно тук вече забелязваме тези характерни за носталгията проявления. Обратното на изследванията на редица учени, че чрез храната човек се свързва с предците и семейството (Маркова 2013: 189), храната за тези модерни хора сега е връзката им с „втория“ дом: *„Сега например слагам канела на някои неща. Случвало ми се е да правя кюфтета или дори принцеси и да сложа в каймата канела! И това директно те изстрелва отново там, директно те пренася на друго място, в Гърция!“*<sup>25</sup>

Проучването показва, че в момента, те изпитват повече носталгия, отколкото в миналото, когато са напуснали България. Една от причините за това са неочакваните препятствия в процеса на повторна адаптация, за които стана дума по-горе. От друга страна, носталгията е явление, което се засилва с напредването на възрастта. За тези хора храната е връзката с близкото минало, с това, което са оставили, това, което са се научили да харесват, това, към което са се стремели в миналото и което сами са постигнали: *„Сега, докато говорим и си представям есенно-зимен Рим. Имам спомен, че този сезон в Рим ми е много любим, животът се възражда. Има една супа, казва се *pastina a la formagi*, италианците много я правят, особено когато са болни. И аз тази супа съм я яла в заведението и ми е много мила. И си спомням една разходка с П., в един дъжд в Рим. И тя казваше: „Ей, сега ще се прибереш в къщи, ще си вземеш един душ и ще си направил една *pastina a la formagi* и ще си пуснеш един филм“. И съм си купувала пастина, малките звездички и съм си правила тук тази супа. Тази супа свързвам с Рим в любимия си сезон! Това ми създава усещане за уют, за дом, особено зимно време. Има кестени сега скоро. Сега, като говоря с тебе и ми е много носталгично. Изпитвам носталгия по Рим и по живота, който съм имала там. Като бях в Италия не усещах така носталгия, каквато усещам сега. Там не ми е било мъчно за България, за София или нещо подобно. Било ми е мъчно за хора“*.<sup>26</sup> Храната е от значение, защото

<sup>25</sup> Х. З., 39 г., гр. София, живял в Гърция.

<sup>26</sup> В. Г., 39 г., гр. София, живяла в Италия.



тя е в основата на промените, които настъпват в тяхното лично себеусещане в процеса на адаптация в чужбина. Затова е толкова важна и сега. Храната и в този случай им дава чувството за цялост: *„Сега като се замисля за миналото. Сега сякаш повече имам нужда и търся гръцка храна, отколкото когато пристигнах в Гърция имах нужда и желание за българска храна. Не знам защо. Чувствам я по-здравословна и по-вкусна. И затова се опитвам да вкарвам елементи от нея. Но ми липсва, много ми липсва, тя е връзката ми с Гърция и с мен самия“*.<sup>27</sup> Тази носталгия не е свързана толкова с конкретна нация, култура, етнос, общност или групи от хора, колкото с определени географски места: *„Любимото ми, което моля приятели да ми носят на връщане от Гърция, е една баничка със спанак и сирене. От „Еверест“, верига за гръцки закуски. Свързвам я с живота си там. Много обичах сутрин, да си взема такава баничка от фурната преди работа. И си закузвам и си отивам на работа, зареден с енергия. Явно е свързано с някакви емоции от периода, в който съм живял там. Някакъв спомен. По-скоро местата, от които съм си я купувал, са ми били приятни, са се запечатали в съзнанието. И тази баничка си я асоциирам директно с прясно изстискан портокалов сок, от набрани предишния ден гръцки портокали, с фредо капучиното, без което не започваше деня ми“*.<sup>28</sup> Те, както и много други мигранти, развиват силно чувство за локална връзка с местата, на които са живели (цит. по Жмегач 2008: 452).

## 2. Нови хранителни навици

Всички интервюирани живеят дълго в европейски държави. Следователно и процесът на повторна адаптация в родината протича много по-гладко, отколкото при мигранти, завърнали се от по-далечни дестинации. Тази културна близост се вижда изключително ясно в храната и хранителните практики. Западноевропейските храни и начини на хранене все по-ясно и отчетливо намират своето място и в другите краища на света. Влиянията са толкова силни, че съвсем спокойно можем да говорим за глобализиран хранителен пазар със стоки, които се ползват по целия свят и могат да бъдат намерени във всеки супермаркет. За завърналите се не би трябвало да представлява трудност да поддържат своите хранителни навици, независимо от конкретната държава, която населяват в рамките на Европа. Дори на българския пазар вече може да се намери почти всичко, характерно за европейската кухня.

Интервюирани показаха, че си дават сметка за промените им хранителни практики едва при завръщането им. Сега те определят тези навици като смесени. При всички обаче се открояват няколко сходни черти, свързани с дългогодишния им живот в чужбина.

<sup>27</sup> Х. З., 39 г., гр. София, живял в Гърция.

<sup>28</sup> Х. З., 39 г., гр. София, живял в Гърция.

При всички прави впечатление повишеното внимание към здравословното хранене, което те се опитват да прилагат, доколкото е възможно за техния стандарт и начин на живот. Това не е изненадващо, като се има предвид, че този тренд е характерен за Западна Европа в последните десетилетия. При всички интервюирани се наблюдава промяна в консумацията на месо. Престоят в чужбина е довел до нейното ограничаване, което е съществена отлика по отношение на хранителните навици, формирани в техните семейства. Особено при жените са откроява ясна тенденция за изключване от менюто на част от местните продукти, полуфабрикатите и пържените храни. Драслично намалява и консумацията на готвени ястия с месо или без месо (определяни като „манджа“), тъй като са възприемани като мазни за вкуса им. Тяхното меню включва основно млечни и тестени продукти, сурови зеленчуци, най-често под формата на салата, плодове.

Като най-голяма промяна в хранителните си навици всички определят повишената консумация на сурови зеленчуци. Събеседниците отбелязват, че никога в дома им не са консумирали толкова салати, но в чужбина това се превръща в основна част от тяхното меню и сега пренасят това и в България. Това, което се забелязва при всички интервюирани, е стремеж към по-качествени продукти в кулинарията. *„Качествени, добри продукти ми липсват. Прости неща. Отношението към продукта го имам от Франция. Но там хранителния пазар, богатството, продуктите, качеството... Евтина, качествена и разнообразна прясна храна. И това го свързвам с Франция. Смятам, че тук го нямаме по същия начин“*.<sup>29</sup> Те самите не смятат, че на българския пазар има достатъчно качествени продукти, които да са достъпни за всички и да могат да се ползват ежедневно: *„Ти, там [Италия — бел. моя] вече си се научил на изобилие. Имаш 3 вида броколи и карфиол, имаш 15 вида салати, имаш артишоците, после ще излязат зелениците. И пълниш една торба от бангладешите [събеседникът има предвид малките квартални магазини в Рим, в които могат да се намерят основни хранителни продукти, плодове и зеленчуци, които за разлика от големите супермаркети работят до по-късни часове и най-често се държат от мигранти от Бангладеш — бел. моя] със зелени за пет евро и можеш да изкараш една седмица. И ако щеш самата тая форма на продаване тук я няма. Ще ти отрежат главата“*.<sup>30</sup> Всички респонденти споделят, че вечер винаги търсят начин да хапнат нещо, с което са свикнали през последните години, което показва връзката им със страната приемник и тамошните хранителни навици, но те самите определят като неутрално — бърза паста, лека салата и т.н. Тези избори ясно показват хибридният характер на техните хранителни навици.

<sup>29</sup> С. К., 38 г., гр. София, живяла във Франция.

<sup>30</sup> В. Г., 39 г., гр. София, живяла в Италия.

Веднъж вече те са пригодили своето хранене към определена среда. При идването си в България отново изпадат в ситуацията, преживяна веднъж в държавата приемник — търсене на продукти и заместители. В годините в чужбина те свикват с местните продукти, които се явяват заместители на родните. Сега обаче не могат лесно да се върнат към старите продукти, а търсят именно новоусвоените, които не винаги могат да се намерят в кварталния магазин. Така една от събеседничките споделя, че въпреки че най-тежка за нея е била липсата на кисело мляко и адаптирането към заместващи продукти в чужбина, откакто живее отново в България, не може да свикне с вкуса и консистенцията на стандартното българско кисело мляко и търси скир или цедено мляко. Тя шеговито подхвърли в разговора „че вече я е играла тази игра“ и или най-вероятно ще свикне отново с вкуса на киселото мляко, или по-скоро ще намира необходимите заместители, произведени в чужбина, които тя вече познава. Въпреки че в момента на българския пазар има почти всички необходими съставки и продукти за техните хранителни предпочитания, все още има много рецепти за които са необходими специализираните магазини: *„Аз много обичам тартар от телешко месо. Много искам тук да си го правя по-често, но много трудно намирам такова месо. То не е телешко, то дори е говеждо. У нас телешко се готви на кебап или нещо подобно, но не и така. И не мога да си го направя. Поръчвала съм си от Плод и зеленчук фенел за салата, за да я направя с маслини и портокал и от специализирана месарница телешко месо за грил тигана. Но само веднъж. То това трябва всеки път да се поръчва, за да го направя. И този фенел ми излезе 8 лв! И знам, че тъпо звучи, но ходя до италиански магазин, за да взимам замразена супа минестроне само за мен. Защото аз не мога да я правя, а този вкус ми липсва“*.<sup>31</sup> Понякога обаче някои продукти не биха могли да бъдат заместени. Както и замразената супа минестроне, така нашите събеседници са свикнали с още редица продукти, които могат да се купят на пазара в чужбина наготово, за да бъдат използвани в различни ястия.

Ако приемем, че храната може да показва принадлежност към различни културни или национални идентичности, моите събеседници са пример за това. Тя е начин да се проявят всички транснационални културни влияния чрез създаването на индивидуална гастрономическа идентичност, резултат от дълго пребиваване в повече от една национална култура: *„Мога да определя моите хранителни навици като западноевропейски с френски оттенък. Не готвя типичните френски ястия. Всичко е доста по-смесено [...] Тук, в България, баща ми има градина. И гледа чери домати! И аз като обера доматите, после обера и чушките, опека ги, после си правим сос Арабята за паста. Ти предста-*

<sup>31</sup> Е. К., 37 г., гр. София, живяла в Италия.

*вяш ли си! В България!? Това е светът, в който живеем!*<sup>32</sup> Анна Кръстева определя транснационалния образ на мигранта като синтетичен. За него нещата не са в дихотомия като тук или там, а значението им е *и тук, и там*. Това показва силната привързаност паралелно към две места едновременно (Кръстева 2014: 276). Така мигрантите живеят ментално и физически в две или повече национални държави и често проявяват принадлежност и към двете в зависимост от ситуацията. Те живеят в една изградена от тях транснационална среда в синхрон с множествени ситуационни идентификации: *„Промяна е как след време, след като си задал друга идентичност, искаш и се връщаш към първичната. Но тя е различна идентичност. Не съм същата. В момента по различни причини няколко места чувствам като дом. Не мога да ги степенувам като важност. Не ме удовлетворяват едни и същи емоционални нужди. Идеята, че трябваше да напусна Норвегия, ме накара да се почувствам депресирана и стресирана. Защото и там е моят дом“*.<sup>33</sup>

Разговорите със събеседниците показват, че често изборът им на храна при завръщането им подчертава и засилва чувството за другост, това което ги различава. От една страна това показва необходимостта те да заявят себе си като самостоятелни личности пред останалите членове на семейството, но от друга да покажат индивидуалния си избор на хранителни предпочитания, които те самите определят като хибридни. Често това е видимият маркер за техния междинен статус в общността.

### Заклучение

Храната е начин за поддържане и пресъздаване на практики, които съхраняват културната самоличност в миграция. Въпреки това миграцията води неминуемо до промени в идентичността, в това число и промени в диетата и начина на хранене, които са основна част от първичната идентификация на индивида. Редица мигранти стриктно спазват кулинарен консерватизъм, приемайки храната като основен фактор за съхраняване на националната им идентичност на чуждото място. Анализът на събрания от мен материал обаче показва една немалка група на самостоятелни мигранти, които чрез храната показват новата си индивидуална идентичност, смесица от срещата на две (понякога и повече) култури в резултат на техния дългосрочен живот в чужбина. В интервютата те самите срещаха трудности да идентифицират лесно себе си и да се позиционират в рамките на една национална култура. Те са се научили да живеят и с двата модела, като често жон-

<sup>32</sup> С. К., 38 г., гр. София, живяла във Франция.

<sup>33</sup> К. С., 38 г., гр. София, живяла в Норвегия.

глират с тях и ги превръщат в единен образ на собствената културна идентичност, която е резултат от техния житейски опит като мигранти.

Те самите определят хранителните си навици като смесени със специфичен индивидуален облик. Той ясно показва принадлежността им към два свята, към две културни общности. Личната им оценка за тази двойна хранителна култура е положителна. Не смятат, че това показва загуба на идентичност, а напротив демонстрира тяхната индивидуална такава, характеризираща се с двоен културен модел, с културен хибрид както в храненето, така и във всеки един друг аспект от ежедневието им. Не мога да твърдя, че има баланс между тези два свята. В момента на провеждането на интервюта респондентите са отскоро в България и все още са в трудния процес на реадaptация в родната си страна. Тук на преден план излиза повече вторичната идентичност, тъй като тя е по-скоро „загубената“ и дори по-търсената, защото е в противовес с проблемите на адаптирането. Събеседниците ми показваха склонност към храни и хранителни навици, придобити, усвоени и превърнати в норма от времето на своя дългогодишен престой в чужбина. Но също така се забелязва и опит да ги нагодят към настоящата ситуация.

Идеята на това изследване беше да покаже динамичната ситуация в един все по-глобален свят, в която съвременният млад човек все по-често показва обвързаност не само със своята общност, но и с други културни модели. Чрез храната и промените в хранителните навици може да се наблюдава как се възпроизвеждат определени културни норми и кои надделяват. Завръщането на тези мигранти у дома сякаш не е край на тяхното пътуване и времето ще покаже още колко промени в хранителните навици ги очакват.

## Литература

- Будинова, М. 2010.** Носталгия и потребителско поведение. Психологически аспекти. В: *Годишник на Софийски университет „Св. Климент Охридски“*, ФФ, Книга Психология, том 100.
- Жмегач, Я. Ч. 2008.** Ограничени транснационалности: да бъдеш наследник на хървати в Германия. *Динамика на националната идентичност и транснационалните идентичности в процеса на европейска интеграция*. София, Издателство „Парадигма“.
- Маева, М. 2017.** *Българските емигранти в Англия – минало и съвременност*. София. Парадигма.
- Маркова, М. 2013.** Паметта за храната и храненето. *Българският ХХ в. Колективна памет и национална идентичност*. Ана Лулева (съст.) София, ИК „Гутенберг“.

- Маганова, Т. 2016.** *С две родини, два езика, две култури...* (Поколението от смесен брак – идентичност и етнокултурни характеристики). София, Парадигма.
- Мишева, М., Гетова, А., Бакалова, М. 2021.** Устойчивост на завръщането и реинтеграция на завръщащите се в България: индекс на ре-емиграцията. *Научни трудове на УНСС 2021*, <http://unwe-research-papers.org>
- Кръстева, А. 2014.** *От миграция към мобилност. Политики и пътища*. София, Нов български университет.
- Шютц, А. 1999.** *Чужденецът. Избрани студии*. София, Издателство „Лик“
- Abbots, E. 2016.** Approaches to Food and Migration: Rootedness, Being and Belonging. In: J.
- Almerico, G. 2014.** Food and Identity: Food Studies, Cultural, and Personal Identity. *Journal of International Business and Cultural Studies*, Volume 8 – June, 2014
- Beagan, B., Chapman, G. 2013.** Food Practices and Transnational Identities: Case Studies of Two Punjabi-Canadian Families In: *Food Culture and Society An International Journal of Multidisciplinary Research* 16 / 2013 (<https://www.researchgate.net/publication/267210236>)
- Douglas, M. 1972.** Deciphering a Meal. *Daedalus*, 101(1), 61 – 81.  
<http://www.jstor.org/stable/20024058>
- Gmelch, G. 1980.** Return Migration. In: *Annual Review of Anthropology*, 9, 135 – 159. <http://www.jstor.org/stable/2155732>
- Klein & J. Watson**, липсва година. *The Handbook of Food and Anthropology*. London: Bloomsbury, pp. 115 – 132.
- Knight, C. & Shipman, J. 2021.** Food in contemporary migration experiences between Britain and Australia: A duoethnographic exploration. In: *Food and Foodways* 2020/29, pp .24 – 43
- Matta, R., Suremain, C., Crenn, C. 2020** *Food Identities at Home and on the Move. Explorations at the Intersection of Food, Belonging and Dwelling*, London. Routledge.  
[https://www.academia.edu/28643010/Approaches\\_to\\_Food\\_and\\_Migration\\_Rootedness\\_Being\\_and\\_Belonging](https://www.academia.edu/28643010/Approaches_to_Food_and_Migration_Rootedness_Being_and_Belonging)
- Setrana, MB., Tonah, S. 2014.** Return migrants and the challenge of reintegration: The case of returnees to Kumasi Ghana In: *Journal of African Migration* . June 2014, Issue 7, pp. 113 – 142. 3 0p.
- Vignolles, A., Pichon, P. 2014.** A taste of nostalgia: links between nostalgia and food consumption In: *Qualitative Market Research; Bradford*, Vol. 17, Iss. 3, (2014): 225 – 238.  
[https://www.researchgate.net/profile/Alexandra-Vignolles-2/publication/265969265\\_A\\_taste\\_of\\_nostalgia\\_Links\\_between\\_nostalgia\\_and\\_food\\_consumption/links/55264c360cf295bf160ed153/A-taste-of-nostalgia-Links-between-nostalgia-and-food-consumption.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Alexandra-Vignolles-2/publication/265969265_A_taste_of_nostalgia_Links_between_nostalgia_and_food_consumption/links/55264c360cf295bf160ed153/A-taste-of-nostalgia-Links-between-nostalgia-and-food-consumption.pdf)

**КУЛИНАРНИ ТРАДИЦИИ  
И КУЛТУРНО-ИСТОРИЧЕСКО НАСЛЕДСТВО  
В МАЛКИ НАСЕЛЕНИ МЕСТА**

Българска  
Първо издание

Съставител и научен редактор  
*доц. д-р Виолета Коцева*

Рецензенти  
*доц. д-р Меглена Златкова*  
*доц. д-р Десислава Димитрова*

Художник на корицата  
*Антонина Георгиева*

Предпечат  
*Иво Ников*

Формат 70x100/16  
Печ. коли 18

Университетско издателство „Св. Климент Охридски“  
[www.unipress.bg](http://www.unipress.bg)

