

ГЛОБАЛИЗИРАЩИ ЕФЕКТИ НА АЛТЕРНАТИВНИЯ ТУРИЗЪМ ВЪРХУ МЕСТ- НИТЕ ПРАКТИКИ И ПРОИЗВОДСТВА (по материали от Смолянско)

Вихра Барова

Глобализацията се свързва както с хомогенизирането и стандартизацията (Ritzer 1993), така и с хибридизацията на различни култури и икономически форми за създаване на нови глобални формации (Nederveen Pieterse 2004). Преходът от фермерство към туризъм като един от множеството глобални процеси предполага фундаментални културни, поведенчески и инфраструктурни трансформации. Тук не става дума само за архитектурна трансформация на пространството, а за нова форма на разбиране на работното пространство с ключови последици за местните и колективните идентичности (Mármol, Vaccaro 2015: 32). Селските зони се превръщат в места за отдих и експериментирание и се асоциират с новите градски наративи за това какво е *селско* и какво е *автентично* (Vaccaro and Beltran 2010). В съвременността „селското“ бива разработвано/конструирано по модели, характерни за „градското“, затова и селото не остава незасегнато от процесите на глобализация. В този смисъл, културната дифузия и микропроцесите на създаване на места, характерни за глобализацията, могат да протичат както в градски, така и в селски контекст (Woods 2007: 491 – 2). Успешното преоткриване на селото в новата неолиберална, постиндустриална среда варира значително и зависи от множество фактори, идващи „отгоре“ и „отдолу“. Някои села успяват да преоткрият себе си в ситуацията на несигурност и трансформация на селското стопанство, като обикновено се захващат с алтернативни икономически дейности (Duijzings 2013: 17). Редица изследвания, включително в български контекст, показват, че туризмът е един от най-успешните начини, по които селските райони могат да оцелеят в новата ситуация (Kaneff 2013: 33 – 52; Mellish 2013: 153 – 172). Победители в постпродуктивисткия преход от фермерство към туризъм стават онези села, които успяват да привлекат на своя страна (чисто пространствено, но и идеологически) градските жители и чуждестранните туристи.

Преходът от аграрно производство към неаграрни дейности е глобална тенденция, която има и конкретни европейски измерения, що се отнася до политиката „отгоре“. Господстващият през втората половина на XX век „продуктивизъм“ в Общата селскостопанска политика (ОСП) на ЕС (характеризиращ се с индустриализация на аграрния сектор, устременост към високи добиви, субсидии за производство и т.н.) е заменен през последните три десетилетия от нова общоевропейска политика, която най-общо може да се нарече „постпродуктивистка“. ОСП претърпява сериозни реформи от 1992 г. насам и си поставя нови цели. Декларира се, че европейското селско стопанство трябва да бъде многофункционално, устойчиво, конкурентоспособно и да се развива на цялата територия на ЕС. Особено осезаемо от 2003 г. насам, ОСП въвежда поредица от нови принципи и механизми, които радикално променят дотогавашната продуктивистка насока, например обвързването на субсидиите с произведените обеми е преустановено и плащанията са подчинени на спазването на критерии, отнасящи се до опазването на околната среда и до гарантирането на хранителната безопасност на европейските граждани. В търсенето на алтернатива на индустриализираното селско стопанство, ОСП възлага на фермерите нова социална роля и чрез конкретно субсидиране създава нови възможности, от които те могат да се възползват. Новото фермерство е разглеждано още като форма на нов мултифункционален селскостопански режим, който съчетава социално-икономически, екологични и културни функции (Peneva et al. 2015: 100). Мултифункционализмът е предпочитана концепция, когато става дума за емпирично изследване на местно ниво, докато постпродуктивистката концепция е по-добър обяснителен инструмент, когато става дума за широки географски мащаби и политически дискурси (Almstedt et al. 2014: 303 – 4).

Постпродуктивисткият преход в селските райони засяга както аграрните, така и неаграрните дейности. В първия случай преходът довежда до специализация на земеделското производство с фокус върху качеството и екологичността на произвежданата продукция. Във втория случай обаче преходът от производство към консумация е много по-осезаем и води до комерсиализация и комодификация на селското пространство (Horáková, Boscoboinik 2012: 10). Нови социални актьори и практики навлизат в селото, променяйки 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). Въпреки многообразието на тази реструктурирана селска среда и различните взаимоотношения и конфликти между отделните социални актьори, може да се каже, че местното развитие в европейски контекст все повече се определя от потреблението и че свързаните с туризма дейности стават все по-значими при използването на селското пространство.

Особености на терена

Изследванията ми върху производството на натурални млечни продукти в община Смолян получиха неочакван ракурс при проследяването на един нов и нестандартен екологичен фестивален формат – този на Фестивала на дивите цветя в Родопите, организиран от Екоорганизация – Родопи със съдействието на община Смолян.¹ Теренното проучване осъществих в дните на фестивала през 2015 г. – 20 – 28 юни, като тук представям една моментна снимка на събитията и процесите. В многообразните инициативи на фестивала бяха включени няколко смолянски села в горното поречие на река Арда (Арда, Горна Арда, Кошница, Моголища, Сивино, Смилян), като на местните производители и занаятчии беше дадена възможност да представят своята продукция по един нов начин, с акцент върху ценността на локалното. Първото издание на фестивала през 2013 г. се реализира в рамките на проект „Родопите – градината на Орфей“, с финансовата подкрепа на Програмата за малки проекти на Глобалния екологичен фонд (ПМП на ГЕФ) и Програма „Култура“ на Европейската комисия (чрез проект „Цветна Европа“ на PlantLife International). Третото издание на фестивала през 2015 г. вече се организира основно със собствени ресурси на екоорганизацията, подпомогната от община Смолян и

¹ За резултатите от изследването на производството на млечни продукти вж. първата ми статия в тази книга. Проучването е осъществено в рамките на научно изследователския проект „Трансформации на местните селскостопански практики в условията на европеизация и глобализация“, финансиран от Фонд „Научни изследвания“.

читалищата на селата, партньори на фестивала. Основното намерение на организаторите е включването на местната общност в опазването на ландшафта и задържането на населението в селата. Фестивалът се отличава с голямата си продължителност (от 7 до 9 дни през месец юни), като основната цел на тази продължителна празничност и разполагането на събитията в няколко различни селища е задържането на туристите за по-дълго време в региона, което да позволи запознаването им с местния начин на живот и едновременно с това да стимулира местната икономика. Провежданите събори, екотурове, кулинарни вечери и семинари имат образователен характер, като обучението е насочено както към местните, така и към туристите. От наблюденията и интервютата ми се наложи изводът, че успешното развитие на местното „традиционно“ производство в новите условия на европеизация и глобализация се оказва в нарастваща зависимост от развитието на селския и алтернативния туризъм в региона. Тази зависимост е оценявана и използвана по различен начин от местните социални актьори, които трябва да осигурят на гостите „автентично“ преживяване на „различното“, което може да се изразява както в климатични условия, флора и фауна, така и в местна кухня и архитектура. По този начин определени туристически ниши обслужват специфични търсения на автентичност.

В конкретния случай многобройните природни забележителности, специфичните родопски растения (например защитеният в зоните на мрежата „Натура 2000“ родопски крем, смилянският фасул, мурсалският чай, венерината пантофка), местните породи животни (например стадата от Каракачански овце), запазените местни традиционни технологии за производство на храни и напитки, както и наличието на множество фолклорни събори и фестивали и исторически паметници правят от региона уникална ниша за алтернативен и селски туризъм, който, от своя страна, внася културната промяна в „местното знание“. Още при първото ми теренно проучване през юни 2015 г. регистрирах и двете основни тенденции – за запазване на традиционното знание и за културна промяна. Изследването ми започна от една основна база – къщата за гости „Млечен дом“ към млекопреработвателния комплекс „Родопска Милк КООП“ в село Смилян, чиито собственици се оказаха и едни от основните домакини на Фестивала на дивите цветя за трета поредна година. Самата мандра е създадена през 1993 г., като в самото начало е произвеждала само традиционни български млечни продукти, а по-късно, след обучение на технолози в Швейцария, започва про-

изводството и на швейцарски и холандски сирена. От 2000 г. насам мандрата разширява дейността си в сферата на алтернативния туризъм, като в изградения млечен комплекс интегрира и къщата за гости, чиито посетители имат възможността да наблюдават производствения процес в предприятието, както това се практикува в алпийските мандри. Включването на комплекса като домакин на Фестивала на дивите цветя, осигуряващ база за гостите и необходимите традиционни продукти² за част от фестивалните събития, е още една крачка в посока на постиндустриалното сливане на туризъм и производство. Неслучайно комплекс „Млечен дом“ е рекламиран от собствениците като „единственият хотел със собствена мандра“. Не е случайна и връзката между фестивала и мандрата в Смилян.

Значението на фестивала за развитието на региона

През 2014 г. Фестивалът на дивите цветя печели първа награда за „най-екологичен фестивал“ в конкурс по проекта „Фестивали за местни продукти и развитие на туризма в трансграничното сътрудничество между България и Гърция“ (Проект LOFT). Конкурсните категории са общо четири: „най-популярен фестивал“, „най-екологичен фестивал“, „най-традиционен продукт“ и „най-екологичен продукт“. В конкурса участват общо 37 номинирани фестивали и местни продукти от областите Благоевград и Смолян.

Форматът на Фестивала на дивите цветя в Родопите няма аналог в България, но е част от международната мрежа от фестивали „Цветна Европа“ и отразява общеевропейския стремеж към запазване и преоткриване на местното знание и ресурси. В рамките на цветните фестивали в България, Словения, Великобритания, Хърватска и Румъния от 2013 г. насам се организират изложби, концерти, работилници за занаяти, специализирани ботанически турове и кулинарни изложения с дегустация. Партньори в мрежата са община Бохинь – Словения, Плантлайф Интернешънъл – Великобритания, община Стари Град –

² Освен сирена, в магазина на мандрата гостите могат да си купят други известни местни продукти – смилянски фасул, мурсалски чай, мед, сладка от горски плодове.

Хърватска, Фондация АДЕПТ – Румъния, North Highland Initiative – Великобритания, Българска фондация „Биоразнообразие“ и Екологична организация – Родопи.

Фестивалът в Родопите е създаден по примера на фестивала в Словения, който е посветен на алпийските цветя. Основната цел, която фестивалът си поставя, е опазването на местните природни ресурси чрез активното включване на местната общност. От изключителна важност за екологията е задържането на местното население в селата, чиято традиционна селскостопанска дейност на практика спомага за запазването на типичните за региона растения и животни (чрез косенето на ливадите, отглеждането на определени породи и т.н.). Използването на традиционните аграрни практики и технологии се оказва важна стъпка към запазването на специфичния ландшафт. В Родопите спецификата на флората се дължи именно на човешката намеса (овцевъдството) и наличието на множество пасища. За да се опази местното растително богатство, е необходимо продължаването на традиционната за региона човешка дейност³ и обратното – нейното отсъствие довежда до запустяване, експанзия на горите и загуба на това богатство: *„Тука имат вече само по една-две крави, те им дават само за земя субсидия и може да забележите, че ливадите вече не са косени“* (инт. с Р. Атанасов, Мандра „Лактена“ ООД, 25.09.2015 г., с. Кутела). Затова и основната целева група на организаторите на фестивала са местните хора. Те търсят партньорство с местните общности за фестивалните събития, докато туристите биват разглеждани като средство (възможностите за печалба от тях) за задържането на местните в населените им места.

Екологичното образование обаче е адресирано и към туристите, и към местните, като се очаква те да осъзнаят ценността на консумираните или припознатите като свои природни богатства. Организаторите изтъкват значението на защитените територии с диви цветя като ресурс за развитие на екологичния туризъм в региона, като подредената в центъра на село Смилян фотоизложба на защитени европейски територии по „Натура 2000“ илюстрира общите тенденции и възможности в тази посока (ил. 1). В конкретния случай става въпрос и за предлагане на успешен алтернативен продукт – „пролетен туризъм“, който да запълни нишата между зимния и летния туризъм. Организаторите отново

³ Вж. статията на Д. Димитрова и др. в тази книга.

дават европейски пример – наблюдението на цветни поляни като терапия за туристите в Алпите през пролетния сезон. В родопския случай те предлагат екотурове, водени от експерти, за наблюдение на диви орхидеи – „два цветни похода в района на с. Горна Арда и два край с. Смилян“, както ги нарича А. Чиликова, координатор на фестивала, в интервю за вестник „Труд“ от 4.7.2015 г. На практика селският туризъм и екотуризмът не просто удължават туристическия сезон, но често пъти влизат в конфликт с „летния“ и най-вече със „зимния“ туризъм (вкл. ски и екстремни спортове), които преследват други цели.

Възможността за максималното удължаване на туристическия цикъл в региона придобива допълнителна икономическа значимост, защото, както вече беше изтъкнато, местното производство става все свързано с туризма. Въпреки високото качество на местната продукция, гарантирано от местните екологични дадености, един голям дял от производителите не могат да си позволят дейността им да се развива самостоятелно от туризма, независимо от това, че е субсидирана по европейски и национални земеделски програми. Местното производство е част от сложна система от социални връзки, които осигуряват пазарната му ниша, а селският туризъм е един от каналите, по които протича обменът на местни продукти и услуги. Колкото до автентичността на продуктите, местните производители споделят, че традиционните технологии са подложени на промяна не толкова поради новите стандарти и нормативни изисквания, колкото заради променения вкус на потребителя, който в повечето случаи търси компромис между „автентичното“ и добре познатото (вж. MacCannell 1989). Така например, предпочитанието към мекото сирене надделява над това към твърдото сирене, което всъщност е характерно традиционно производство: *„Технологията на кашкавала изисква да си зрее минимум два месеца, но вече много често не ги спазват технологиите, за съжаление. И понеже кашкавалът се осолява още при сваряването на сиренината, и много често го пускат така, по-пресен кашкавал (неузрял). И хората си промениха вкусовете по тая причина. Значи, пресния кашкавал има един тревист вкус, няма ясно изразен млечен привкус. Хубаво е да се консумира узрял кашкавал. И от здравословна гледна точка. Защото млечно-киселите бактерии (при зреенето) изядат вредните бактерии“* (инт. с М. Йорданова, „Родоп милк“, 21.06.2015 г., с. Смилян). Презентацията на местните продукти и инсценирането на тяхната локалност и традиционност започват да се нагаждат към по-

требителския вкус, въпреки че екологичните фестивали и фестивалите на местни и традиционни продукти имат точно обратната цел.

Фестивалът на дивите цветя дава възможност за презентация на местното производство, фолклорно знание и занаяти, която да разкрие използването на цветята във всичките им аспекти – като символ, аромат, храна, багрило, лекарство. През 2015 г. в програмата на фестивала влизат два фолклорни събора⁴, енъовденски ритуал на поляните над село Горна Арда („разрешено само за жени“, както пише в програмата), петдневен курс по ароматерапия и натурална козметика и кулинарна вечер в комплекс „Млечен дом“ с демонстрация на готвене с билки и диви цветя. Освен това в отделните села се организират демонстрации на стари технологии за производство на млечни продукти (с. Смилян), замесване и печене на царевичен хляб и марудници⁵ (с. Сивино), традиционно приготвяне на кускус (с. Могилица), предене на вълна и плетене на зунки⁶ (с. Кошница). Производителите на екологично чисти храни представят продуктите си на щандовете на базарите, организирани в почти всички села участници (ил. 2). „Всичко от фестивала е част от етикета на местните села да показват природосъобразен начин на живот“, казва кметът на с. Могилица в репортаж за фестивала във вестник „Труд“ от 4.7.2015 г.

Фестивалът представя и събития от нов тип в унисон с модерните глобални тенденции. В програмата за 2015 г. за първи път е включена изложба на рисунки от типа „мейл-арт“, експонирана в Регионален исторически музей – Смолян, също партньор в организацията на фестивала. В изложбата конкурс участват 46 автори от 10 държави – Австрия, Аржентина, България, Германия, Италия, Малайзия, Перу, Румъния, Тайван и Турция. Участниците изпращат презентациите си на местни диви цветя по пощата, като идеята на този тип проява е срещу много малък материален стимул авторите да заявят своята подкрепа за дадена кауза. И тук, както и при изложбата „Натура 2000“, чрез визуалния ефект се търси свързването с по-голямата общност – европейската, глобалната. Тези презентации поставят локалното в контекста на глобалното. А местните базари и демонстрации традиционализират мест-

⁴ VII Традиционен родопски здравен събор и Празник на народното творчество и занаятите в с. Могилица и Фолклорен събор „Изворен глас“ в с. Смилян.

⁵ Вид дебели палачинки.

⁶ Колани за торби.

ните технологии и продукти, „опаковат“ ги в култура по един (пост) модерен начин. Фестивалът заема важно място в живота на местните хора, докато сред жителите на град Смолян той не става популярен въпреки рекламните материали, изложбата и ателиетата в музея.

Млечен дом – хотелът със собствена мандра

Тясната връзка между туризма и местното производство е резултат от дългогодишните усилия на ключови социални актьори, които желаят да закрепят своя бизнес и в същото време играят ролята на брокери в местната социална мрежа. В тази специфична мрежа нито един продукт/услуга не се предлага отделно от другите, напротив, става въпрос по-скоро за пакети от продукти/услуги, които се предлагат заедно. Те свързват и хората, и продуктите в мрежата – производителите на боб, мляко и сирене, занаятчиите, собствениците на къщи за гости, организаторите на преходи, екстремно катерене и спускане в пещери. Местният туристически бизнес е подкрепен и от европейските фондове: *„По европейските програми направихме (проекти) извън кооперацията. Това вече са дейности на сдружението, което сме регистрирали – Сдружение за културен и алтернативен туризъм (НПО). В рамките на програмите, които бяха за трансграничното сътрудничество. А също и в предприсъединителните програми. Там имаше – „подготовка на кметствата по горното поречие на р. Арда за присъединяване” и тогава използвахме тези програми за стартиране на началото на туристическите дестинации тука в района, оформяне на няколко дестинации в рамките на пешеходен и пещерен туризъм. Защото районът има такива дадености“* (инт. с М. Йорданова, „Родопа милк“, 27.09.2015 г., с. Смилян).

Може да се каже, че собствениците на мандра „Родопа Милк“ са едни от ключовите агенти на мрежата. Съвместно с местни институции (кметството, кооперацията) и неправителствени организации (напр. Слоу фуд) те се включват в редица местни проекти, задаващи облика на Смилян и на района на горното поречие на Арда като цяло. С тяхното участие в Смилян е създадено и първото за България местно сдружение („президиум“) на Слоу фуд. Мандрата отдавна е разширила дейността си и междуременно къщата за гости към нея е станала до-

толкова известна със самата мандра, че бива рекламирана от собствениците като „хотел със собствена мандра“. В мандрата на туристите се предлагат демонстрации на производство на бито сирене, избиване на масло и други технологии в периода от май до септември и дегустации на няколко вида млечни продукти целогодишно (ил. 3). Те са придружени от лекция за особеностите на технологиите при производството на отделните сирена. По проект за развитие на селския туризъм тук се рекламират и всички къщи за гости в района на съседните арденски села, които разполагат с общо 450 легла за настаняване: *„Всички къщи за настаняване и всички места, на които се организира нещо, ние ги популяризирахме 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 доходи“* (инт. с М. Йорданова, „Родопа милк“, 27.09.2015 г., с. Смилян).

Нещо повече, на туристите в селата от горното поречие на Арда се предлагат „нестандартни“, аграрни занимания: косене на ливади в края на юни и през юли – ръчно или с косачки, засаждане на картофи и боб през първата половина на май, придружаване на овчарите при пасане на овцете от началото на април до края на ноември, вадене на картофи през първата половина на септември. Тези инициативи биха могли да се разглеждат като опит за съчетаване на селскостопанския и туристическия цикъл и за излизане от ограничителната рамка на летния и зимния туризъм. Въпреки всичко собственичката на мандрата смята, че туризмът не може да бъде основен поминък в региона: *„Туризмът тука не може да бъде поминък. Трябва да имаш различни видове дейности. Не може да разчиташ, че ако имаш хотел, той ще те издържа... При селския туризъм е различно. Ако едно семейство дава един етаж, не може да разчита на това. То трябва да си гледа и градини, и животни, така като стопанство. От много места*

да има малки приходи. Стопанството им трябва да си е съществуващо и да бъде поддържано“. Тя, както и много други жители и предприемачи от региона, подчертава необходимостта от приемането на закон за планинските райони, който да защити хората и бизнеса в селищата с по-трудни условия за живот.

Комплексен планински туризъм

Туризмът в Родопите привлича с различни атрибути, които не могат да бъдат отделени един от друг – природни дадености, храна, културно наследство. Неговата комплексност дава възможност в планинския терен да навлязат различни типове туристи. М. Йорданова споделя: *„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 смяянския фасул се утвърди като традиционен празник за покана на повече хора. Сега го съчетаха с планинско колелездене. 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 дълголетие. В Момчиловци може да се оформи събор на киселото мляко, примерно, макар че там вече няма почти никакви животни, но ще популяризира все пак района. Първо е Родопите, после е Момчиловци, нали. Потокът е към общото. Като дойдат в Момчиловци, ще мръднат и някъде другаде. Комплексни са нещата. Не можеш да кажеш, тия гости ще дойдат само заради еди-кой си или еди-какво си. То ако няма хубав път, ако природата не е приятна. Както сега например, от тая зима нали нападаха много дървета, гората е ужасна, да ама като го види, какво прави природата, колко е всесилна и дори и това е някаква информация за него. Иначе ако му го кажеш, че всички дървета са станали като кибритени клечки, нахвърляни на купчина, никой няма да може да си го представи, но му казваш – ела, да видиш кво прави природата – и той идва човекът“.*

От интервюто става ясно, че Фестивалът на дивите цветя е само част от пъзела на родопския селски и алтернативен туризъм. Неговата

голяма продължителност обаче дава възможност да се обхванат много от посочените аспекти на планинския комплексен туризъм. Включеното ми наблюдение в отделни събития на фестивала ми позволи да изолирам типове гости, привлечени от него.

По време на фестивал, който цели едновременно обучение на местните жители и туристите, е логично да се очаква профилът на туристите да бъде малко по-различен от стандартния. Петдневният курс по ароматерапия и натурална козметика привлече 20 участници с интерес към пролетния екотуризъм, търсещи да преоткрият природосъобразния живот. Те бяха само жени, на възраст между 30 и 50 години, повечето семейни и висококвалифицирани специалисти (ил. 4). Те не представляваха предварително сформирана група по някакви идейни принципи, но всички идваха на фестивала с вече променено/формирано отношение към храненето, здравето, грижата за децата, лечението с естествени продукти, духовните практики; бяха запознати с новите екологично ориентирани идеологии и стилове на живот и желаеха да ги следват изцяло или поне за петте дни на курса. В групата бяха записани и няколко местни момичета, които заплатиха по-малка такса за участие. Друга група от 60 души (колхоздачи) пристигна в последните дни на фестивала за участие в друга част от програмата – тридневния велотур „Изворите на Арда“ с маршрут Смолян – Турян – Горна Арда – Смилян – Смолян. Тази група осигури пълна натовареност на местните къщи за гости и беше очаквана от тях с нетърпение. Участничките в еньовденския ритуал (само за жени) представляваха друга голяма група от организирани, но и идващи поотделно туристи, които подкрепиха местния бизнес на селата Арда и Горна Арда (ил. 5). Вечерта на Еньовден събитията продължиха в Смилян с презентация на продуктите на мандрата специално за участничките от курса по ароматерапия. Последвалата на другия ден кулинарна вечер с демонстрация на „местно знание“ (готвене с местни билки и диви цветя) приобщи още туристи, в т.ч. семейства и няколко чужденци (ил. 6).

Всички събития целяха да осигурят на гостите неформално и неанонимно участие, а те, от своя страна, ползваха услугите на местните къщи за гости и купуваха от продукцията на производителите в региона. Покупките си те направиха на място, по време на престоя си, но предстоеше да направят и други, по-късно – чрез куриерски доставки до домовете си. Този нов метод на реклама и търговия щеше да бъде немислим без туристите и техните близки и познати в големите градо-

ве, които също вече си бяха поръчвали някои от местните продукти – смилянски фасул (суров или консервиран), картофи, мляко и млечни произведения, домашни месни продукти, домашна ракия, сладка, мед и билки.

Заклучение

Наблюденията и интервютата от теренните ми проучвания свидетелстват за вписването на региона в общата тенденция на преход от фермерство към туризъм. Съществуват обаче и характерни особености, свързани с конкретните действия на местните актьори. Чрез туризма *градът* навлиза в *селото* и изискванията на градските потребители започват в една или друга степен да определят типа на аграрните и неаграрните дейности. Това обаче не означава, че не съществуват и противоположни процеси. В пространствен смисъл границите между „градското“ и „селското“ започват да се размиват, но в културен и идеологически план двете категории биват контекстуализирани по различен начин в живота на хората (Woods 2011: 8). Различните форми на алтернативен туризъм (каквато е Фестивалът на дивите цветя) предлагат отговорно и щадящо отношение към ресурсите на селото, при което повишените екологични и здравни изисквания, обикновено нормативно адресирани към фермери, тук биват отправяни и към туристите. Очаква се туристите да подпомагат развитието на селото както икономически, така и чрез определени свои действия или чрез ограничаване на други действия, асоциирани със замърсяването на околната среда, прекомерното ползване на природни ресурси и т.н. Фестивалът е пример за навлизането на нови социални актьори отвън (особено организаторите на фестивала), за които селското пространство е ценност в културен и идеологически смисъл, независимо от градския им произход. Задържането на местните хора в селата и продължаването на техните характерни земеделски дейности е една от основните цели на организаторите.

В същото време, в сложната система от мрежови взаимоотношения на местните предприемачи земеделското производство не отпада нито като ценност, нито като стратегия за развитие: „*Туризмът тука не може да бъде поминък*“. Политиката за субсидиране на неаграрни дейности оказва своето влияние и къщите за гости стават все пове-

че, но това се разглежда по-скоро като съпътстваща производството дейност, без която успешните стратегии вече са невъзможни. Самото производство е изменено в посока на специализацията и повишеното качество на предлаганите продукти за сметка на обемите, но не е оставено на заден план. Комплексният характер и плътното съчетаване на аграрни и неаграрни дейности в региона изглежда потвърждава тезата за мултифункционалността на новото фермерство. В заключение може да се каже, че постпродуктивисткият преход в региона се е осъществил по един специфичен начин. От една страна, е налице характерната специализация на земеделското производство с фокус върху културното остойностяване и локализацията на произвежданата продукция (смилянски фасул, традиционни млечни продукти). От друга страна обаче, преходът от производство към (предлагане на) консумация е срещнал определена съпротива от действащите социални актьори (външни и вътрешни), които предлагат алтернативни форми на използване на селското пространство, отвъд комерсиализацията и комодификацията.

Литература

Almstedt, Åsa et al. 2014: Beyond Post-Productivism: From Rural Policy Discourse to Rural Diversity. – *European Countryside*, 4, 297 – 306.

Galani-Moutafi, Vasiliki 2013: Rural Space (Re)produced – Practices, Performances and Visions: A Case Study from an Aegean Island. – *Journal of Rural Studies*, 32, 103 – 113.

Horáková, Hana, Andrea **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.

Kaneff, Deema 2013: Rural–Urban Relations in a Global Age. – In: *Global Villages: Rural and Urban Transformations in Contemporary Bulgaria*. Ed. Ger Duijzings. London: Anthem Press, 33 – 52.

MacCannell, Dean 1989: *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. New York: Schocken Books.

Mármol, Camila, Ismael **Vaccaro** 2015: Changing Ruralities: Between Abandonment and Redefinition in the Catalan Pyrenees. – *Anthropological Forum*, 25 (1), 21 – 41.

Mellish, Liz 2013: The Koprivshitsa Festival: From National Icon to Globalized Village Event. – In: *Global Villages: Rural and Urban Transformations in Contemporary Bulgaria*. Ed. Ger Duijzings. London: Anthem Press, 153 – 172.

Nederveen Pieterse, Jan 2004. *Globalization and Culture*. Lanham, MD: Rowman and Littlefield.

Peneva, Maria et al. 2015: High Nature Value Farming. Environmental Practices for Rural Sustainability. – In: *Transition pathways towards sustainability in agriculture. Case studies from Europe*. Eds Lee-Ann Sutherland et al. Oxfordshire, Boston: CABI, 97 – 111.

Ritzer, George 1993: *The McDonaldization of Society*. London: Sage.

Vaccaro, Ismael, Oriol Beltran (eds) 2010: *Social and Ecological History of the Pyrenees: State, Market, and Landscape*. Walnut Creek, CA: Left Coast Press.

Woods, Michael. 2007: Engaging the Global Countryside: Globalization, Hybridity and the Reconstitution of Rural Place. – *Progress in Human Geography*, 31 (4), 485 – 507.

Woods, Michael 2011: *Rural*. London: Routledge.

Интернет източници:

<https://trud.bg>