

Атанаска СТАНЧЕВА (Институт за етнология и фолклористика с Етнографски музей, БАН)
Atanaska STANCHEVA (Institute of Ethnology and Folklore Studies with Ethnographic Museum – Bulgarian Academy of Sciences, Sofia)

ДВИЖЕНИЕТО „SLOW FOOD” В БЪЛГАРИЯ – ГЛОБАЛНИ ПРИНЦИПИ, ЛОКАЛНИ ПРОЕКЦИИ

SLOW FOOD MOVEMENT IN BULGARIA – GLOBAL PRINCIPLES, LOCAL PROJECTIONS

Eco-friendly lifestyle is becoming more widely spread across all parts of the planet. ‘Back to nature and traditions’ movements are appearing as an alternative model of our consumer society. In this sense ‘Slow Food movement’, with its philosophy for “good, clean and fair food”, is a popular focus for research to define alternative consumer practices and eco-friendly movements in Bulgaria. The current paper will examine two of the functioning in Bulgaria projects of Slow Food International movement – “Smilyan Beans” Presidia and “Tcherni Vit Green Cheese” Presidia and will try to give an answer to the questions: how projects in Bulgaria are developed based on the ‘Slow Food’ principles and how local specifics and the global organization interact with each other.

Keywords: Slow Food, eco movements, alternative consumer practices, sustainable development, global-local.

Екологичният начин на живот придобива все по-голяма популярност в различни точки на планетата. Движенията за завръщане към природата и традициите се явяват като алтернативен модел на консуматорското ни общество. В този смисъл движението „Slow Food”¹ със своята философия за „добра, чиста и справедлива храна” е фокус на изследователски търсения за дефиниране на алтернативни консумативни практики и екологични движения в България². Статията ще разгледа два от действащите в България проекти на международното „Slow Food” движение – Президиум „Смилянски фасул”³ и Президиум „Зелено сирене от Черни Вит”, като се опита да даде отговор на въпросите: как въз основа на принципите на „Slow Food” се развиват проекти в България и как локалните специфики и глобалната организация си взаимодействат.

„Slow Food International” е глобална организация, която заявява като свой водещ принцип свързването на добрата храна с ангажимента към местната общност и околната среда⁴. Създадената през 1989 г., по идея на Карло Петрини като алтернатива на заведенията за бързо хранене, организация, наброява към настоящия момент над 100 хиляди членове, свързани в 1500 местни общности⁵ в над 160 страни⁶. „Slow Food International” обединява и 10 хиляди малки производители, въввлечени в проекти, наречени Президиуми⁷. Едно от основните събития, където всички тези привърженици си дават среща и обменят опит е форумът Тера Мадре⁸.

Философията на „Slow Food” е заключена в следните три думи “*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 труд⁹. От движението

вярват, че храната е свързана с други аспекти на живота като култура, политика, земеделие и околна среда – „Чрез нашите хранителни избори ние колективно можем да повлияем на това как храната се култивира, произвежда и дистрибутира и като резултат това да доведе до голяма промяна”¹⁰. Така “Slow Food” може да бъде характеризирано като лайфстайл движение, което цели чрез индивидуални избори и колективни действия да извърши социална промяна (Haenfler 2012: 5). За времето на съществуването си организацията създава глобална мрежа от привърженици на почти всички континенти.

В България „Slow Food International” има партньор в лицето на неправителствената организация „Асоциация на конвивиумите на Slow Food в България” (наричана по-нататък в текста „Slow Food България”). Към настоящия момент тя има разработки, освен разглежданите тук проекти „Зелено сирене от Черни Вит” и „Смилянски фасул”, още „Президиум за съхраняване на каракачанската овца” и „Президиум за съхраняване на нафпавока от село Горно Драглище”. По данни на Десислава Димитрова, координатор за България, активно свързаните членове у нас са около 200-250, но има и такива, които споделят идеите, но не членуват официално в организацията¹¹.

Избраните за анализ два проекта представят различни модели на реализиране и взаимодействие на принципите на организацията в България. Село Смилян се намира на 13 км южно от Смолян, а село Черни Вит на 17 километра от Тетевен, в подстъпите на природен парк „Централен Балкан“.

Смилянският фасул¹², който е в основата на първия проект се произвежда в селищата по цялото горно поречие на река Арда, а името му „смилянски” е наложено респективно по името на най-голямото селище в коритото на реката – село Смилян. По данни на местното население фасулът винаги се е отглеждал в този затворен планински район с малки обработваеми площи. Местоположението е фактор за създаване на естествена селекция от семена, съхранявани в семействата, чрез предаване от поколение на поколение. Парцелирането води до друга важна за „Slow Food” предпоставка – запазената и до днес изцяло ръчна техника на отглеждане, без намесата на механизация, тъй като не могат да бъдат вкарани машини в малката по размери обработваема земя. Уникалността на смилянския фасул, според специалистите, се определя от неговия състав и качества¹³, а за местните това е най-вече вкусът, – „по-вкусен е”, „различава се по вкусови качества”, казват те.

Смилянският фасул придобива национална популярност с годините и това води до многобройни фалшификации с името му, като продажба на големи количества в различни райони на страната и в магазинната мрежа, които физически не могат да бъдат произведени по горното течение на Арда¹⁴. За да го защитят, през 2003 г. местните, по инициатива на новоизбрания тогава кмет Сафедин Чикуртев, решават да създадат Празник на смилянския фасул. Думите на бившия вече кмет разкриват и още една цел на Празника, „всъщност смилянският фасул е направил нашето село известно и най-малкото, което пък дължахме на фасула, е ние да направим малко реклама на самия смилянски фасул”¹⁵. През 2004 г. смилянският фасул е представен на първата световна среща Тера Мадре, след което е създаден Конвивиум „Родопи-Смилян”, а през 2009 и Президиум на “Slow Food” за съхраняване и подпомагане на продукта.

В следващите години местните решават да регистрират и две търговски марки – за географски регион и словна марка „смилянски“. От изложеното дотук става ясно, че смилянският фасул е осъзнат като значим от местните преди да стане част от международната организация.

Противоположно на случая с фасула, традицията за производството на зеленото сирене¹⁶ е била прекъсната в другото планинско село – Черни Вит. „Преоткриването“ му става през 2007 г. при експедиция на Slow Food International за включване на нови храни в глобалната мрежа. Уникалността му се състои в зараждането по естествен начин на зелена плесен върху бялото саламурено сирене, поставено в дървени качета.

Движещата сила за разработването на този проект е бившият кмет и ръководител на Президиума Цветан Димитров. Основен проблем в началото се оказва липсата на запазена рецепта за направата на сиренето, като тук опитът на местните за съхраненото и предавано през поколенията знание липсва. Проведените около 40 интервюта от Цветан с по-възрастните жители на селото, с цел да открие „как става“ се заключават в отговора „ми то просто си става“¹⁷, той споделя още „за тях нещата са си били чисто въпрос на случайност“¹⁸, като плесента според местните се дължала най-вече на дървените качета. След многобройните изследвания, провеждани в продължение на повече от 3 години с международно известен специалист по сирената, консултант на „Slow Food International” се разкрива и „рецептата“ за получаване на зелената плесен. Освен специфичните климатични условия, значение има също състава на млякото, като качетата не играят съществена роля. По думите на Цветан Димитров продуктът не е бил ценен от местните: „Това е нещо, което се е появявало и някои го харесват, други са го изхвърляли“¹⁹. Въпреки че водещите компоненти тук се явяват изследванията на специалистите, а не локалното знание Цветан е доволен: „върнахме технологии (за направа на сирене б.а.), които са от началото на 20 век и те се оказаха най-добрите“²⁰. Създадена е мрежа от около 10 производителя, но след проверка от страна на контролиращите държавни органи²¹, местните преустановяват производството. Това ги връща на нулата и към момента потребителите могат само да дегустират продукта на място, но не и да купуват²². Въпреки така създалата се ситуация в България зеленото сирене е представяно на много изложения за храни в чужбина, където според респондентите е високо ценено не само от потребители, но и от специалисти гастрономи.

Общовалидно за Президиумите е присъствието и на населеното място в името на проекта. По този начин се рекламират не само храните, но и селищата, от които идват. Както споделят Цветан и съпругата му, благодарение на зеленото сирене и чрез активната целенасочена реклама се популяризира и селището. „Тогава правих политика за селото“²³, казва той. Двамата са възприели до голяма степен философията на движението и я реализират и в други проекти на местно ниво като „Пазари на плодовете”, популяризиране на традиционните български храни на фолклорен събор „От Тимок до Вита”, проект за подобряване културата на хранене на децата.

За смилянския фасул няма проблеми от законова гледна точка, тъй като местните са регистрирани като земеделски производители и имат право да продават продукцията си. Тук по скоро стои проблемът с фалшификациите на продукта. С подкрепата

на „Slow Food” и местната Кредитна кооперация е създаден етикет с лого на смиянския фасул, като идеята е на него да бъдат изписани имената и контактите на производителя, за осъществяване на пряка комуникация производител – потребител. Така от класическия икономически цикъл производство – дистрибуция – консумация (Банков 2009: 16), звеното на дистрибутирането отпада. Според философията на „Slow Food” потребителят е съ-производител със своя избор на продукт, произведен на принципа „добра, чиста и справедлива храна”. Тези нови консумативни практики придобиват все по-голяма популярност, и пример за това е създаването на Фермерски пазар в София и Пловдив (които не са свързани със „Slow Food”), където потребителите могат да купуват сезонна продукция от производителите. Подобна директна връзка изгражда доверие между двамата участници в процеса и създава нови отношения. За потребителите все по-голямо значение има как е отгледана или приготвена храната и от какъв човек и със своя избор те подпомагат определен производител.

Въпреки тази тенденция отглеждането на фасул не може да се превърне в основен поминък за хората, което е цел на „Slow Food”, а е източник на допълнителен доход за местното население. Освен председателя на Президиума, който работи на локално ниво за целите и идеите на „Slow Food”, останалите хора нямат същото отношение към принципите и философията на движението. За тях нещата са чисто практични: *„Простички са нещата, те са обикновени”*²⁴, *„нормално е да рекламираме това, което правим най-добре смиянчани и хората тука от арденското корито най-добре произвеждат смиянски фасул”*²⁵, *„фасула много ми е помогнал за издръжката на децата ми ... В Смиян, ако се ражедаха банани цяха да засаждам банани”*²⁶. Причината за трудното възприемане на идеите на организацията, е, че хората в този район са по-консервативни и бавно приемат новостите, казва един от респондентите, което от своя страна е запазило фасула и традицията на производство. Все пак местните осъзнават значението на чистата храна без пестициди: *„Нашия фасул е екологично чист, по-различен, самите семена са по-различни”*²⁷, *„В крайна сметка ще трябва да се върнем към истинските неща”*²⁸.

Културната глобализацията не води до културна хомогенизация, според Арджун Ападурай (Ападурай 2006: 27). Разгледаните два случая показват как адаптирането на идеи и философия, се осъществява различно на локално ниво, дори и в рамките на една държава. В примера с Президиум „Смиянски фасул” принципите на глобалната организация дават още една перспектива за хората. При местните от с. Черни Вит възприели тази философия те са водещи, както за разработването на Президиума, така и за други проекти.

От друга страна „Slow Food International” е глобална организация бореща се срещу глобализацията, схващана като унифициране на храната чрез разпространението на веригите за бързо хранене. За главния идеолог на „Slow Food” Карло Петрини *”храната изразява културни отличия, тя е най-добрият начин да се идентифицира един народ. Ето защо ние трябва да защитаваме това наследство срещу глобализацията”* (Petriani 2005: 153). Но така или иначе организацията използва новите средства на комуникация и транспорт, благодарение на които глобализацията е възможна по принцип

без полагане на особени усилия (Бек 2002: 44). Тази действителност създава условия за преминаване на идеи и хора отвъд националните граници и създаване на мрежи, обединени от общи принципи.

В България навлизането на алтернативни консумативни практики и лайфстайл движения за промяна към по-природосъобразно живеене е започнало през последните няколко години. В този смисъл „Slow Food” е само част от голямото многообразие от идеи, които могат да бъдат адаптирани на локално ниво. Тепърва предстои отговор на въпроса до колко и как глобалните екологични измервания намират място в страната ни.

БЕЛЕЖКИ

¹ В превод „бавна храна”.

² Статията е част от работата по дисертация на тема: – „Еко движения в постсоциалистическа България. Културни практики и гражданска активност”, разработвана в ИЕФЕМ при БАН с научен ръководител доц. д-р Ана Лулева.

³ Теренната работа в Смилян и района е осъществена с финансовата подкрепа на ФНИ по проект на ИЕФЕМ–БАН „Култури, памет, наследство в региона на Южната българска граница”, Договор № K01/0003/2012.

⁴ http://slowfood.com/international/1/about-us?session=query_session:D5E23F911425114E2C0q49809EE5

⁵ Така наречените Конвивиуми (от лат. *com vivo* – живея заедно с ...) са общности от хора на местно ниво, които споделят и популяризират идеите на Slow Food International

⁶ По данни от официалния уебсайт <http://slowfood.com/>

⁷ Проекти на Фондацията за биоразнообразие на Slow Food за подпомагане и съхраняване на продукти, еко системи, техники на производство, местни породи и растения, застрашени от изчезване.

⁸ Провеждан от 2004 г. насам на всеки две години в Торино (Италия), събиращ и запознаващ хора, работещи в полето на гастрономията, храната, глобализацията и икономиката от цял свят.

⁹ Facebook страница на Slow Food в България.

¹⁰ От официалния уебсайт <http://www.slowfood.com/international/2/our-philosophy>

¹¹ Интервю проведено с Д.Д. на 23.04.2013 г. в София.

¹² Фасулът, който се отглежда тук е два вида – специалистите ги определят като обикновен (*Phaseolus vulgaris* L.) и многоцветен фасул (*Phaseolus coccineus* L.), докато за местните те са съответно „дребен” и „едър”, придружени с локални названия продиктувани от цвета и формата на семената – „златен” (дребен кафяв с черни ивици), „райковско бяло” (дребен бял), „биволар” (едър черен с кафяви ивици) и „смилянски боб” (едър бял, наложен като запазена марка за фасула от този регион).

¹³ Смилянският фасул е каталогизиран от Института по растителни генетични ресурси „К. Малков” – Садово (Проучване разнообразието на местни растителни ресурси от обикновен фасул, Садово 2012 г.) Един от водещите моменти за института е: „Опазването на старите сортове, популации и форми, създадени чрез дългогодишен подбор и народна селекция ... Много често това са традиционно отглеждани в миналото сортове и видове, които притежават изключителна пластичност и устойчивост на болести ... Отглеждане на старите местни сортове при конкретни почвени и климатически условия позволява да се повиши ефективността на земеделските дейности като с по-малко вложения се произвежда качествена и екологично чиста продукция.” (http://www.ipgrbg.com/Nac_kol.htm).

¹⁴ По данни на респондента Б.М. се произвеждат не повече от 25 тона фасул на година.

¹⁵ Интервю със С.Ч., проведено на 27.06.2013 г. в с. Смилян.

¹⁶ Сиренето се прави от сурово овче мляко, което се покрива с плесенни гъби. За разлика от страните с традиция в производството на подобни сирена като Швейцария, Италия и Франция, където голяма част от млечните продукти са изкуствено заразени с гъби, в черновитското те се самозараждат. Влажността и специфичният мек климат по поречието на Черни Вит са условия, без които узрялото сирене не би могло да се покрие с плесенните гъби. Големите температурни разлики между дневната и нощната температура също се определят от специалистите като важна среда за създаване на зеленото покритие върху млечните продукти. От значение е и качеството на млякото. Предпоставката е, че тук се отглеждат стада от автохтонната порода тетевенска овца смесени с каракачанската, от където белтъчният състав на млякото е различен в сравнение с други райони на страната (<http://greencheese.eu/>)

¹⁷ Интервю с Цв. Д., проведено на 8.06.2013 г. в с. Черни Вит.

¹⁸ Пак там.

¹⁹ Пак там.

²⁰ Пак там.

²¹ Проверката е извършена от Българската агенция по безопасност на храните.

²² По информация на респондентите липсва държавен регламент за регистриране на подобен вид малък семеен бизнес и за легална продажба на млечни продукти.

²³ Пак там.

²⁴ Интервю със С.Ч., проведено на 27.06.2013 г. в с. Смилян.

²⁵ Пак там.

²⁶ Интервю с А.Х., проведено на 26.06.2013 г. в с. Смилян.

²⁷ Интервю с А.Д., проведено на 26.06.2013 г. в с. Смилян.

²⁸ Интервю с С.Ч., проведено на 27.06.2013 г. в с. Смилян.

ИЗВОРИ И ЛИТЕРАТУРА

Ападурай 2006: Ападурай, А.Свободната модерност. Културни измерения на глобализацията Лик. София.

Банков 2009: Банков, К. Консумативното общество. София: ЛИК.

Бек 2002: Бек, У. Що е глобализация? Заблудите на глобализма – отговори на глобализацията. София: КХ.

Haenfler 2012: Haenfler, R., Johnson, B., Jones, E. Lifestyle Movements: Exploring the Intersection of Lifestyle and Social Movements. – Social Movement Studies: Journal of Social, Cultural and Political Protest, 11:1, 1-20.

Petrini 2005: Petrini C., Padovani G. SlowFood Revolution. Milan.