
TRADITIONAL FOODS – A FACTOR FOR THE DEVELOPMENT OF SOCIAL SYSTEMS IN THE STRANDZHA NATURE PARK

Hafize Fidan

University of Food Technologies - Plovdiv, Bulgaria, hfidan@abv.bg

Stanko Stankov

University of Food Technologies - Plovdiv, Bulgaria, docstankov@gmail.com

Abstract: The variety of traditional foods, including products and culinary products prepared in Strandzha Nature Park, is widely represented. The rich flora and fauna in the Strandzha Mountain region are based on complex natural and anthropogenic resources, placed in the complex cultural and historical past, interacting with each other and forming a social potential.

The strategic location of Strandzha Nature Park and the communication infrastructure of the region can be used for the development of the tourism sector. Strandzha Park is characterized by a wide variety of tourist destinations and attractions that are part of the strategy for social adaptation and can be optimally used. The territory is sparsely populated, but at the same time, is the subject of many studies and analyses for the development of various industries in the region. The dynamism in the development of the food sector, including the tourism industry, determines the need to create alternative models for social integration in the business policies of companies operating in the territory. The partnership between food producers, processing companies, and the tourism sector in Strandzha can be a significant factor determining the region's social development related to individual and social wealth improvement. It can be achieved due to the accumulations of social capital, both as a result of the individual as a structural unit and the groups of people employed in the sector in carrying out specific activities to achieve the overall goal.

Human capital is a part of social networks, including educational resources and cultural capital represented in the area by specific social interactions, such as traditions, customs, traditional food production, and others can also actively participate in social capital formation. In its development, each segment can be included, both individually and in partnership with others. Many strengths and weaknesses have been reported in the region for intersocial interactions that can be used to integrate social capital stocks. Building lasting and targeted relationships between the countries involved in the tourism sector can benefit local people. In this way, they can be motivated to form the local business environment, creating small and medium enterprises or tourist sites where the traditional place to occupy the traditional Strandzha food and culinary specialties.

Keywords: Strandzha, business, social capital, tourist infrastructure, cluster

ТРАДИЦИОННИТЕ ХРАНИ – ФАКТОР ЗА РАЗВИТИЕ НА СОЦИАЛНИТЕ СИСТЕМИ В ПРИРОДЕН ПАРК „СТРАНДЖА“

Хафизе Фидан

Университет по хранителни технологии – Пловдив, hfidan@abv.bg

Станко Станков

Университет по хранителни технологии – Пловдив, docstankov@gmail.com

Резюме: Разнообразието от традиционни храни, в това число продукти и кулинарни изделия, които се приготвят от тях в района на природен парк „Странджа“ е широко представено. Богатата флора и фауна в района на Странджа планина представлява сложен комплекс от природни и антропогенни ресурси, поставени в сложното културно-историческо минало, които могат да взаимодействат помежду си, формирайки мрежов социален потенциал.

Стратегическото разположение на природен парк „Странджа“ и комуникационната инфраструктура на района могат да бъдат използвани за развитие на туристическия сектор. Парк „Странджа“ се характеризира с богато разнообразие от туристически дестинации и атракции, които са част от стратегията за социално адаптиране и могат да бъдат оптимално използвани. Територията му е слабо населена, но в същото време представлява обект на редица проучвания и анализи за развитие на различни отрасли. Динамичността в развитието на хранителния сектор, в това число и туристическия бранш определят необходимостта от създаване на алтернативни модели за социално интегриране в бизнес политиките на компаниите, работещи на територията. Партнирането между производителите на храни, преработвателните предприятия и

туристическия сектор в Странджа могат да бъдат основен фактор, определящ социалното развитие на района, свързано с подобряване на индивидуалното притежание и социалното богатство. То може да бъде постигнато в резултат на получените натрупвания от социалния капитал, както в следствие на индивида като структурна единица, така и на групите от хора, заети в съответния сектор при извършване на определена дейност за постигане на общо поставената цел.

Човешкият капитал е част от социалните мрежи, в това число образователния ресурс и културният капитал представен в района от определени социални взаимодействия, като традиции, нрави, обреди, обичаи, традиционни хранителни производства и други, могат също да участват активно във формирането на социалния капитал. При развитието си всеки от посочените сегменти може да бъде включен, както самостоятелно, така и партнирайки си с останалите. В района са отчетени редица силни и слаби страни за междусоциалните взаимодействия, които могат да бъдат използвани за интегриране на запаси от социален капитал. Изграждането на трайни и целеви отношения между участващите страни в сектор туризъм може да доведе до създаването на редица ползи за местните жители. По този начин те могат да бъдат мотивирани да участват във формирането на местната бизнес среда, създавайки малки и средни предприятия или туристически обекти, в които централно място да заемат традиционните за Странджа храни и кулинарни специалитети.

Ключови думи: Странджа, бизнес, социален капитал, туристическа инфраструктура, клъстер

1. ХРАНИ И СОЦИАЛНИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

Като обект на редица изследвания, храните поставят един от сериозните въпроси на съвременното, а именно какъв е техният принос в социалния живот на човека. В голяма част от направените анализи се представя една от значимите функции на храните, чрез която тя е индикатор и инструмент за изразяване на социално положение, национална идентичност или нейният социален принос [1]. Типичните храни и традиционните навици в храненето, които се включват в менюто на човека водят до образуване на сложен генетично формиран вкусов рефлекс, който в поколенията представлява част от първичната социализация и инкултурация на човека. Целият този процес продължава дълго време и е строго индивидуален за всеки индивид или група от хора, формиращ националната или колективна идентичност.

В особеностите на храненето попадат и познатите хранителни ограничения и забрани, при които социални групи се отличават от останалите спрямо храните, които консумират. Най-често това се наблюдава по време на религиозни преходи, свързани с пост или спрямо пол, възраст, индивидуални хранителни нагласи и поведение (веганство, вегетарианство) и други. Всеки един от тези продължителни и сложни социални процеси формира и подходите при избора на суровините за производство на храни, технологията за производство и не на последно място облика на крайния традиционен продукт. Изследването на храната, като елемент от културата на дадени социални общности може да бъде насочено в два основни плана: културно-исторически и социалноантропологичен [1, 2].

През последните години се отчита значително изместване на храната, като част от ежедневието, изразяващо се в конституирането на нова социалност при подбора на суровини, техники за производство и вид на ястията. Това може да бъде и резултат от мащабните процеси на глобализация, които са характерни за всички точки на света. Именно този процес на интегриране на „нови“ продукти, техники за приготвяне и богата палитра от вкусове предизвиква сериозна социална трансформация на храната, като социален феномен. Чрез сложния механизъм на разпространение и адаптиране на новите разбираня за храна и хранене културните маршрути променят автентичността ѝ, а храната не може да бъде типичната без локалното знание за нейния произход, приготвяне и характерни черти.

Приготвянето и консумирането на традиционните храни могат да бъдат посочени, като ситуиращи елементи между частното и публичното, между родствените и властови отношения между хората, могат да бъдат и белег, идентифициращ социалната структура и йерархия на индивида в обществото [3, 4].

Съвременното обръща сериозно внимание върху храната, като геополитически ресурс, който ясно се очертава в медийното пространство с помощта на редица кулинарни експерти. Много често днес те се появяват под формата на кулинарни-блогъри, консултанти по хранене, телевизионни реалита и други. Тук може ясно да бъде отчетен ефектът на храната и нейното производство, като се насочва вниманието върху приготвянето ѝ в различна от познатата до момента среда. Именно сложното социално взаимодействие между производството на традиционни храни и емоционално удовлетворение стоят в основата на новите разбираня за храна и социално взаимодействие [2].

При процесите на брандиране на българското традиционно хранително производство или локалното брандиране най-често храната се свързва с туристическия сектор. Тук днес все по-често можем да открием наличието на дефиниции, като национална или регионална кухня.

2. КУЛИНАРНОТО НАСЛЕДСТВО НА СТРАНДЖА

Традиционната странджанска кухня е богато продуктово и технологично представена. Причина за това е географското разположение, което поставя района в близост до море, през терена преминават и реки, ниско хълмист и пресечен. Това от своя страна позволява да се отглеждат редица зеленчукови култури, а още повече да се прилага пасищно животновъдство. Поради тази причина местното население включва в менюто си многообразие от месни и безмесни ястия. Традиционните храни (ястия) се характеризират със специфична технология, като много често тя може да бъде наречена „опростена“, в чийто състав участие вземат продукти, съобразени с домашното производство. Най-често от продуктово разнообразие могат да се срещнат соления свински бут, сланината, странджанското дядо, саздърмата и други. През топлите месеци на годината храната на местното население е по-лека, насочена преди всичко към използването на ястия приготвяни на нивата: шербет, попара, ошав, таратор или кисело мляко. В целогодишната традиционна храна съществено дял имат растителните продукти, предимно зърнени и варива, събраните дивораствящи треви и плодове, а така също и зеленчуците. По време на блажните дни в годината храната се разнообразява с продукти от животински произход, като мляко и млечни произведения (прясно мляко, катък, ишмер, толумено сирене). Консумира се и месо, предимно свинско – както в прясно, така и консервирано (осолено, сушено), а също така агнешко, овче, козе и птиче месо, но преди всичко на определени празници. В зависимост от начина на приготвяне на храна на първо място се падат печивата направо в жарта, на дървен шиш, в подница, в бакърена тава под връшник и едва след това идват варените ястия във вода, в собствена мазнина или пържени [5].

Пърженото е рядкост, но все пак се запържват брашно и други съставки за различните видове каши. Характерно е готвенето без запръжка и без червен пипер. Особено популярно е приготвянето на храна със животински мазнини, като свинска мас, пръжки, солена сланина, овча лой, бито масло. Използват се и растителни мазнини, като зехтин и шарлан.

Към повечето ястия, приготвяни в района, се използват различни подправки, които подобряват вкуса и аромата на ястията. Ежедневно употребяваните билки са или пресни, или сушени – джоджен, магданоз, чубрица, люта чушка, хрян, хардал и др. Оцетът се приготвя от диво грозде или кисели сливи. Използва се стритият или счукан черен или червен пипер, сол, пиперена сол, чукан пипер.

Както и в други територии на България и тук се използват изсушени малки домати („мехлета“) или изсушени сладки и люти чушки („вързаница“), които се използват в богатата гама от ястия.

Типично за странджанската кухня е използването на големи количества лук, праз и чесън в състава на ястията. За подслаждане се предпочитат петмез, рачел и пчелен мед [5].

Характерни ястия са *паламуд лакерда* (осолена или маринувана риба – паламуд) – типичен за района на Южното Черноморие. Друго типично за района сладко изделие е *странджанския рачел*, чиито корени според езиковедите има персийски произход. В българския вероятно е дошла през турски или още по-рано, през Византийската империя. Често я представят за синоним на „*петмез*“. В Албания например, за разлика от България, рачел означава не сладко, а конфитюр. В Странджа традиционно се сеят жълти и по-рядко бели тикви, а дивите дюли се събират в края на септември. В рачела се слагат и парченца патладжан и няколко узрели смокини.

Други типични за района ястия са: *зелник* – приготвя се от точени кори като между тях се поставя пълнка от сирене и яйца с лапад, щир, лобода и др., наричани в Странджа „*зелъе*“ – зеленина, откъдето идва и името „*зелник*“; *качамак* - приготвя се от царевично брашно, сирене и пиперена сол и се запържва със сланина; *триеница* – с навлажнени ръце се стрива брашно на равномерни топчета колкото трохи, пускат се във вряща вода, след което се запържват със шарлан (слънчогледово масло) и червен пипер. Обикновено се яде с „*разсолова чорба*“ (чорба от турския домати и чушки); *юфка* - приготвя се от тесто, което включва прясно мляко, яйца, брашно и сол. От готовото тесто се точат тънки кори, изсушават се на слънце и след това се натрошават; *катми* - приготвя се гъста каша от брашно, сол, хлебна сода и вода. Пекат се в пръстен съд – сач, който се намазва със сланина преди всяка следваща катма; *тиквеник* - вид баница, която се приготвя с настъргана тиква и орехи; *етърник* - основният продукт за направата на етърници е свински черен дроб; *бахур* - приготвя се от свински бял дроб, бъбреци, сърце; *пихкья (пача)* - сваряват се свинската глава и крака, обезкостяват се и заедно с бульона се оставят на много студено, докато се получи гъста желирана маса. Основна подправка за това ястие е чесъна; *лопушката* е особен местен специалитет. Речната риба, след изчистване, се смесва с богата смес от нарязани кромид лук, сланина, домати, червен пипер, гъзъм. Всичко това се разбърква добре и се увива в листа от лопушка (лапад), завързва се и се зарива в гореща пепел, върху която се застила жар. Пече се около 4 часа [5, 6].

3. СОЦИАЛНИ МРЕЖИ И СОЦИАЛНИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

Създаването на микро компании или предприятия за производство на традиционни храни на територията на Странджа или такива в туристическия сектор може да бъде успешен лост за подпомагането на местната икономика, особено ако те работят в синергия с локалната околна среда. Добрите производствени и управленски практики в производството на храни, в това число управлението на човешките ресурси, подпомагат хранителния и туристически бизнес да развият способността да свързват икономическия си растеж с фирмените стратегии за обучение, квалификация и развитие на човешките ресурси в конкретна икономическа ситуация. Внедряването и прилагането на добри практики и методики за обучение, самообучение и дистанционно обучение на служителите и управленските кадри са обект на множество дискусии на световно икономически форуми. Практическото ръководство предлага професионални критерии за дефиниране на квалификацията и уменията на работещите в хранителния и туристическия сектор, признати от различни страни в Европейския съюз.

Производството на традиционни храни или тяхното инкорпориране в сектор туризъм са реална възможност за създаване на социален ефект, както на местно, така и на национално ниво. Цялостният анализ на обкръжаващата среда определя нуждата от разработване на ефективна маркетингова и организационна политика. В центъра на хранителната и туристическа индустрия са основно услугите, предоставяни от хора на хора. Както отделният човек се влияе и променя от заобикалящите го явления, така и производствения сектор на храни изживява своето израстване. Туризмът, който търси само луксозно място за отсядане, е вече минало. Днес материално-техническият лукс вече не предизвиква възхищение в туристите. За голяма част от хората – потребители в туристическата индустрия, луксът се превърща в ежедневие, и не е основен фактор при избора на туристическа дестинация [7].

Поради изострящата се конкуренция в хранителния и туристически отрасъл и на национално и на международно равнище все повече се залага на високото качество на човешкия ресурс. Човешкият ресурс на дадената фирма ще се превърне в едно от най-важните конкурентни предимства на производствата, тъй като другите източници на конкурентно предимство вече ще бъдат изчерпани. Знанията и уменията превръщат човешките ресурси в стратегически ресурс на хранителното и туристическо развитие. Те са ефект от сложното комбиниране между знания и умения, които могат да бъдат реализирани само чрез качествено образование, но и периодично обучение и повишаване на квалификацията. Високо квалифицирания служител е необходим фактор на всяко едно от нивата на бизнеса [8, 9, 10].

4. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Изграждането на конкурентна и социално адаптирана среда в хранителната и туристическа индустрия може да бъде ключов елемент към реализиране на значими за бизнеса капиталови постъпления. Създаването на реална и работеща социална мрежа в основата на туристическата и хранителна инфраструктура в района на Странджа, може да бъде основен фактор, определящ социалното развитие на района, свързано с подобряване на индивидуалното и социално богатство.

ACKNOWLEDGEMENTS

Статията е разработена в изпълнение на проект по фонд "НАУКА" на „Университет по хранителни технологии“ – Пловдив на тема: "Социалният капитал като фактор за повишаване конкурентоспособността на сектор Туризъм на територията на Природен парк „Странджа“.

ЛИТЕРАТУРА

- Вуков, Н., & Иванова, М. (2010). Традиционните ястия и тяхната регионална принадлежност: названия с регионален произход в сборници с готварски рецепти в България. Български фолклор.
- Благоева, Е. (2005). Култура на „бързото“ и „бавно“ хранене на българина в началото на XXI век. Антропологични изследвания, 6, 50-76.
- Маркова, М. (2011). Храна и хранене: между природа и култура. Проф. Марин Дринов, София.
- Мантов, Д. (2006). Българска традиционна кухня. Май.
- Урумова, Р. Странджанската кухня. 203 рецепти, 2015, 1-148.
- Albayrak, M., & Gunes, E. (2010). Traditional foods: Interaction between local and global foods in Turkey. African Journal of Business Management.
- Krăsteva-Blagoeva, E. (2008). Tasting the Balkans: Food and Identity. Ethnologia Balkanica, Collected Papers from the 4th InASEA Conference "Region, Regional Identity and Regionalism in Southeastern Europe, 12, 25-36.
- Muñoz, J., & Boza, S. (2016). Traditional food products and trade: exploring the linkages. Working Paper, 17.

- Stankov, S., Fidan, H., Toskov, G., & Yaneva, A. (2018). Study on the attitude of restaurateurs in bulgaria, regarding the use of regional food products. KNOWLEDGE – International Journal, 1693-1698.
- Stankov, S., Fidan, H., Toskov, G., Dimitrova, E., & Nikovska, K. (2019). Traditional Bulgarian foods in the Horeca sector as a factor of choice for the tourist destination. Bulgarian Journal of Agricultural Science, 25, 4, 654-660.