

## **Станка Янева**

Етнографски институт с музей – БАН, София

janeva\_@abv.bg

# **Културно наследство и туризъм За конструирането на етнографските комплекси**

Интересът към културното богатство на един народ е сред основните стимули за развитието на туризма. Тенденцията да се ревитализират традициите на една или друга култура се наблюдава в страни по целия свят. Все по-често днес в процеса на хомогенизация на културите различните общности изобретяват пространства, които са своеобразни резервати на културното наследство. Те предлагат очакваната културна различност, търсена предимно в едно идеализирано минало. Реактивирането му и „живата история“ стават все по-популярни като начини за привличане на туристите и провокира конструирането на специфични пространства и създаването на нови, специално изградени атракции. Една от най-атрактивните форми на презентиране на културното наследство е етнографският комплекс.

### *Ключови думи:*

културно наследство,  
конструиране на  
пространството, етнографски  
комплекси, художествени  
занаяти

С развитието на туризма у нас се засили интересът към културното наследство. Неговите презентации чрез различни форми целят да очертаят образа на българската култура, като интерпретират традиционни в миналото културни модели, пригодени за туристическа консумация. Опитите за по-широко представяне на художественото наследство водят до конструирането на специфични пространства. В тях ревитализираните традиции са показани по привлекателен за посетителите начин на фона на „автентична“ атмосфера.

Тази традиция на конструиране на места, в които да се покаже миналото в живи форми е позната отдавна в света главно чрез музеите на открито и историко-тематичните паркове. Ако избегнем стриктното спазване

на терминологичния смисъл на така дефинираните комплекси, можем да отнесем към тези две групи, които нямат особено съществени разлики, и изградените в България обекти. Без да навлизаме в подробности при сравняването на обектите, ще отбележим, че основното различие, което бележат местните етнографски комплекси е, че те не целят пълна картина на миналото, а се ограничават почти изцяло в представянето на два от неговите аспекти – архитектурата (предимно като „мизансцен“) и художествените занаяти.

Изградените у нас етнографски комплекси напоследък се увеличават, но първият и добре поддържан и до днес е архитектурно-етнографският комплекс

„Етър“ край Габрово. Подобни опити, разчитащи предимно на представянето на традиционните художествени занаяти се появиха и в други градове, а напоследък различни инициативи доведоха до създаването на микромоделни на такива препрезентации на занаяти, кавито са някои частни къщи, малки музейни колекции и други, и каквито наблюдаваме напоследък в съседна Сърбия. Различните форми, отразяващи реалните възможности и намерения на създателите, са обединени от общата идея да бъде съхранено и показано на туристите културното наследство чрез представянето му „на живо“. Целта е да бъде задоволено желанието на туриста за контакт с различна реалност, разкриваща се в неопитомената природа, в реликтите на миналото, особено в чуждото, или в поведението на културно различните (van den Berghe, Keyes 1984: 345). Модерният масов туризъм се основава на две привидно противоречиви тенденции: международната хомогенизация на културата на туристите и изкуственото запазване на локалните етнически групи и атракции така, че да могат да бъдат консумирани като туристически преживявания (MacCannell 1984: 387). Тъй като стремежът на местните към модернизация е в противоречие с туристическото желание за „увековечаване на старите традиции“, това динамично взаимодействие между противоречащите си нужди има за резултат запазване на някои традиционни културни черти за туристически цели (Esmān 1984: 464). Един от най-сполучливите опити за показване на културното наследство, поради обема и разнообразието на включените компоненти, е етнографският комплекс.

Следващите бележки са опит на примера на два конкретни обекта – етнографските комплекси „Етър“ и „Шато Медово“ – да споделя наблюдения върху конструирането на този тип туристически атракции в днешно време. Те показват, че мотивацията за изграждането и функционирането им се променя в последните години главно в две насоки – по-голяма атрактивност и засилена комерсиализация. За да бъдат по-ясни механизмите и идеите на нововъзникващите етнографски комплекси, ще приведа някои сравнения между „класическия“ пример на Етър и новия туристически обект Медово, в който е видимо изместването на акцентите. Тъй като темата е значително по-широка и предполага по-голям обхват и база от емпирични изследвания, се налага редуциране на някои съществени компоненти в пообщата система на конструиране на специфичното пространство на тези комплекси. Поради това

ще бъдат пропуснати конкретните процеси, видът и начинът на предлагане на занаятчийските изделия, взаимодействието майстори – туристи, поведението на едните или другите, интересите на посетителите и т. н., които могат да дадат едно по-пълно описание на това специфично място.

Мотивът за построяването на Архитектурно-етнографски комплекс „Етър“ е изразен в думите на неговия създател Лазар Донков: „Идеята ми за изграждане на *жив музей на открито* се роди около 1948-1949 г.“ (Донков 2004: 3). Комплексът е разположен в Балкана, в близост до гр. Габрово, по поречието на местната река. Последното обстоятелство е от значение, тъй като се използва водната сила на реката за някои традиционни технологични операции. Лазар Донков привлича редица институции, които подкрепят начинанието му и финансово. Той проучва стари работилници и къщи от XIX в., а за построяването или възстановяването им на територията на комплекса издирва опитни и запознати с особеностите на местната архитектура строители. Някои от работилниците са пренесени от близките села, други, особено включените в занаятчийската чаршия, са възстановени по снимки и скици и представят конкретни къщи на занаятчийски от района на Габрово. В съответствие с образците долните етажи се използват като работилници, а в стаите на горните се експонират предмети от традиционната култура (Колева 1996). Реконструирани са и заварените на мястото воденица, тепавица и валивица.

Приема се, че „Етър“ е първият музей на открито у нас (Недков 1996: 27). От официалното му откриване в 1964 г. и последвалите разширения през годините до днес комплексът развива активна дейност и въпреки някои административни трусове неговите функции са съхранени. Комплексът не цели да покаже или да демонстрира цялостно бита и дейността на миналото. В неговата стратегия на реконструиране на миналото не влиза презентацията на широк кръг от поминъци или домашни дейности, пресъздаване на домашен бит и начин на живот, макар че някои от тези форми са частично отразени или представяни по различни поводи. Занаятчийската чаршия е най-стройно изградената структура и представителна част в комплекса. Архитектурните съоръжения и специфичната инфраструктура допълват общата картина на възкресеното минало. Занаятчийските работилници са умело вписани в стилистичното единство на възрожденска архитектура. Изделията се изработват при максимално следване на традиционните технологични процеси, макар и с известно осъвременяване на отделни операции, за да се произведе по-голямо количество от търсените предмети. Съчетанието на природа, архитектура, занаяти и продажбата на изделия, изработени на място и от самите майстори (последното е едно от условията, които майсторите са задължени да спазват), удобният хотел и местата за хранене и отдих задържат години наред интереса на посетителите.

Въпреки опитите да се изградят подобни комплекси и занаятчийски чаршии в различни градове, Архитектурно-етнографският комплекс „Етър“ в Габрово запази позицията си като първообразец, активно действащ и популярен привлекателен център за местни и чужди посетители. Създаването

на нови „живи музеи на открито” запазва в значителна степен формата на „Етѐра“ и неговите идеи, но се стреми към активно включване и адаптиране в съответствие с целите на туристическата индустрия.

С подобни цели е най-новият (засега) етнографски комплекс, функциониращ от пролетта на 2007 г. в с. Медово, на около 12 км от курорта Слънчев бряг. Всъщност тези два центъра не само бележат началото и края (засега) на историческото развитие на подобен тип атракции, но дават възможност в нагледен вид да се проследи различното и общото в целите и изменението им с течение на времето и съобразно промените в политическите и икономическите условия. Различията са в начина на създаване, формата на собственост и управление – държавна или общинска институция или частни предприемачи, организацията, дейностите, задачите на персонала и т. н. От гледна точка на заложените в тях идеи, тези комплекси имат твърде общи насоки в конструирането им като етнографски и туристически обекти, но и съществени различия, макар че крайният ефект в някои отношения е един и същ. Без да се ангажирам с успоредното проследяване на тези два обекта, ще използвам по необходимост някои възможности за сравнение предимно в аспектите на туристическия дискурс.

Етнографският комплекс „Етѐра“ е своеобразна база за изучаване на наследството и традициите и се развива като запазва баланса между образователните цели и търговското предлагане. В комплекса се организират периодично тематични научни форуми, изложения, конкурси, възпроизвеждат се обичаи, публикуват се сборници с изследвания и т.н. Следователно, „Етѐра“ е преди всичко културна институция, която не може да си позволи риска да загърби образователните и възпитателни цели, за да се превърне само в една от многото туристически атракции. Другият пример, Медово, като че ли поставя нещата обратно – тук определено целите са комерсиални, но етнографската достоверност е задължителна и запазва „автентичността“ на занаятите и продукцията им. Ангажираните в комплекса майстори и техните изделия гарантират представянето на „традиционната култура“, чрез която трябва да привличат туристи и да реализират печалба. Впрочем, превръщането в стока на традиционните продукти и по-точно на техните реплики е масово явление и не бива да се приема непременно критично, още повече, че тъкмо по този начин се продължава съхраняването на определени етнически белези и идентичност. Такива процеси на комерсиализиране на културата за туристически цели са безспорно общи и наблюдавани навсякъде (Cohen 1988: 381). Често остатъците от културата на миналото са масовизирани във вид на сувенири (Шаренкова 2007: 59). А те съставят основната, преобладаваща част от продукцията на съвременните художествени занаяти. Но майсторите успяват да преодолеят и намерят решение на противоречивите тенденции на търговски интерес и придържане към традицията, които съпътстват тяхното производство.

За да не пораздат горните констатации впечатление, че примерът с Медово е противоположен на Етѐра и предлага евтини имитации или псевдотрадиция, веднага ще отбележа един решаващ за търсената

правдоподобност, поне засега, фактор. Колкото и да изглежда странно, администрация, етнографи или културни институции не наблюдават процеса на производство и продажби в Медово. В това отношение разликата с Етъра е съществена, където директно или индиректно дейността се контролира. В Медово тази функция се осъществява чрез самоцензурирането на самите майстори, които добросъвестно се стараят да запазят наследените стари технологии и форми. Те съзнават опасността, за която алармират някои автори, че понякога традиционната култура става стока до степен, в която местните взимат погрешно комерсиализираните атракции, представяни пред туристите, за автентични културни традиции и не различават повече собствените си стойности от онези, привнесени от чужденците (Picard 1995: 57). Важно е да се допълни, че всички занаятчии в Медово притежават майсторски свидетелства и повечето от тях идват от Етъра, където са натрупали дългогодишен опит.

Въпреки сходствата между двата комплекса, не може да се каже, че Медово е реплика на Етъра. Обектът се отличава като цели и организация, а „занаятчийската улица“ носи допълващ, макар и твърде съществен за цялостното намерение, характер. Тъй като в контекста на туризма комплексът в Медово е особено подходящ за наблюдение, ще посоча някои белези, които го характеризират като специфично „етнографско“ пространство. Създаден преди през 2007 г., обектът е твърде нов, за да имат майсторите впечатления за интересите на различните групи потребители. Те споделят по-скоро своите надежди за развитието му и впечатленията от дългогодишния си опит в Етъра. Все още комплекс Медово не е популярен, а очакваните групи туристи, почиващи в близките морски курорти, засега не са много.

„Шато Медово“ е частен хотелски етнографски комплекс, който се състои от четири сектора – винарска изба за елитни вина и модерно винопроизводство със зала за дегустации и специализирани магазини, два ресторанта, хотелска част и улица на занаятите, допълвани от малка музейна експозиция и кафене. Целият комплекс е изграден в стилистиката на възрожденската архитектура, или по-скоро според популярната представа за нея, без буквалното пресъздаване на конкретни образци, което е характерно например за „Етъра“. Сред зелените площи и алеи на заграденото пространство на двора различни предмети от селското минало поддържат „етноатмосферата“. Занаятите се представят в ателиетата за керамика, златарство, дърворезба, медникарство, тъкачество, ножарство, кожарство и шекерджийска работилница. Те са подредени така, че обособяват улица, на която гостите посещават последователно всяко от тях. В съответствие с цялостното архитектурно решение на комплекса, оформянето на чаршията също внушава аналогии с възрожденските дюкяни, а интериорът и оборудването са пригодени за съответната дейност и предлагане на изделията, без излишна бутафория. Предоставени са условия за упражняване на всеки занаят както от майстора, така и от посетителите, които биха желали да се запознаят практически с производството. Гостите имат свободен достъп до изложените изделия, а майсторите с готовност отговарят на поставените

въпроси за продукцията, традициите, особеностите на занаята. Непосредственият контакт не само ангажира по-пълно интересите на посетителите, у които се засилва желанието за придобиване на изработените на живо предмети, но е полезен и за самите занаятчии. Наблюдението на потребителите върху производствения процес е един от основните, но недостатъчен стимул за покупка. Допълващ ефект има запознаването с историята, традицията, характеристиките на занаята. Тъй като занаятчиите често имат предварително изградени стереотипи за различните групи потребители, те лесно преценяват всеки клиент и неговите желания (Янева 2007). Майсторите добре знаят мотивациите, които в крайна сметка водят до закупуване на показваните или изработени с лични усилия предмети. Майстор от Етъра споделя, че често чужденците минават и почти не обръщат внимание на работния процес и продукцията, като дори такива старинни техники като задвижването на стругарското колело чрез течаща вода остават незабелязани. Но ако тяхното посещение е съпътствано или предхождано от беседа на екскурзовод, интересът нараства в пъти и често завършва не само с проявеното любопитство, но и с желание за включване в производството или за закупуване на някои от предлаганите изделия.

Според изготвената кратка „Беседа“,<sup>1</sup> част от която е мултиплицирана в диплянки, издавани на различни езици, комплексът в Медово е определен и като „етнографски“. Наред с информация за винарната и хотелския комплекс, текстовете в рекламните брошури и Беседата акцентират върху елементи, които да привлекат вниманието на гостите към миналото и традициите на страната. Цитирам някои от тези елементи, които са достатъчно красноречиви и описват комплекса като „рай за ценителите на виното, за любителите на романтични преживявания и всички пътешественици, жадни да се потопят в българските обичаи, бит и култура“, място, което ще покаже „магическата притча на традициите“, „фолклорните спектакли в атмосферата на старинна красота и вълшебство“, „обичаи, идващи от вековете“, на фона на „ансамбъл от къщи с оригинална архитектура“ и „музейната експозиция, която показва традициите на Странджанския край“. На гостите се предлага „традиционна българска кухня“ и разходка по „Улицата на занаятите, където ще се потопите в духа на българския бит от 18 век и ще имате възможността сами да изработите предмети от традиционни български занаяти“, където „майстори и калфи произвеждат своята продукция така, както са работили майсторите през Възрожденската епоха – ръчно, по автентични технологии с оригинален инструментариум ... в духа на традицията ... от естествени материали“. В промотирането на обекта се посочва, че „демонстрациите на занаятите пред посетители е най-забавната атракция не само в музеите, но и в комплексите на открито – това е един от най-добрите начини хората да научат за традиционните български занаяти и да се потопят в атмосферата на

---

<sup>1</sup> Автор е керамичката В. Керемидчиева, която работи в грънчарската работилница в комплекса. Съдействие за написването на този текст оказаха главно майсторите от етнографския комплекс в Медово В. Керемидчиева и Тодор Кушлев, както и техните колеги от „Етъра“ Даниела Тухладжиева, Иво Стоянов, Веселин Дамянов и др.

възрожденския бит и култура“. Предлаганата Беседа допълва знанието за наблюдаваните дейности, като въвежда посетителите във всеки един от занаятите чрез кратки анотации, описващи съответните им характеристики с акцент на развитието им в миналото.

Текстовете в цитираните брошури и Беседата са кратки, но достатъчно информативни и интелигентно поднесени, точни във формулирането на идеите и намеренията на създателите на обекта и солидарни с целите на туристическия бизнес. Личните ми наблюдения в комплекса „Шато Медово“ само допълват описаната картина с отделни детайли, без представянето на обичаите, музикалните програми, нестинарите и други прояви, които не са постоянни и се организират в зависимост от желанията на очакваните гости. Не случайно цитирах избрани пасажии от брошурите: туристическата индустрия изисква да се поддържа интересът към различната култура, автентичното, естественото традиционното, оригиналното, старинното, особено на чуждите туристи. Но не бива да се подценява желанието и на местните посетители да научат повече за своята култура. В днешно време вътрешният туризъм е посещаване на собствените географски и/или културни места: местните следователно са станали туристически потребители на собствената си култура, посещавайки места и събития с различни намерения (Esman 1984: 454). Наблюденията например в „Етъра“ показват, че в почивните дни посещаемостта от страна на български туристи е много висока. Все още обаче „Шато Медово“ няма тази популярност и е рано да се правят констатации за интереса към него.

Макар че център на комплекса е винарната, той предлага условия, които трябва да го превърнат в притегателен туристически обект. Изборът на мястото е в известен винарски район, в непосредствена близост до с. Медово, сред невысока зелена планинска местност, недалече от морето и големите курортни комплекси, посещавани и от българи, и от чужденци. Така комплексът запазва пасторалната атмосфера и тишината на уединението, но същевременно е лесно достъпен за огромния брой предимно чуждестранни туристи, посещаващи Слънчев бряг, а също Бургас, Несебър, Поморие и други крайбрежни курорти. Това разположение улеснява привличането на туристите с интерес към виното, и/или към българската традиционна култура. Разчита се предимно на посетители, които са на почивка и биха желали да разнообразят престоя си с един или друг вид атракции. В този случай е характерна проявата на „вторичен етнически туризъм“, който според думите на Р. Ууд съществува там, където общностите са направили бизнес от предлагане на „бегъл поглед“ върху културата си за туристи, които преди всичко се интересуват от други неща – например от плажа, и които, както отбелязва авторът, приемат предложения за такива кратки отклонения с условието, че все пак „не бива да се нарушава ваканцията“ (Wood 1984: 362). Тези случаи обаче не намаляват значението на такива обекти като места, предназначени да покажат местната култура чрез репродуциране на наследството.

Представянето на художественото наследство пред публика с разнопосочни интереси е нелека задача и налага търсенето на атрактивна, но

достатъчно убедителна форма на неговото репрезентиране. В този смисъл е основателна бележката на един от водещите автори в антропологията на туризма, че в света на туризма значението на изложението е по-важно, отколкото самите предмети (MacCannell 1973). Пространството се структурира по определени правила, към спазването на които се стремят създателите му. Изборът на място най-често е съобразен с предварително съществуващи условия, които привличат различни типове туристи. За предпочитане е изграждането на такъв обект да бъде във възрожденски град или квартал, по възможност вписан в естественото архитектурно обкръжение на старинни сгради, или в близост до природни и културни забележителности, до туристически центрове или курорти. За оформянето на такива комплекси се предпочитат както запазени квартали, археологически обекти или архитектурни паметници, така и тяхното възстановяване във вид на копия, понякога с използване на най-обща белези, без конкретиката на определен тип възрожденско строителство. Два основни примера, които тук посочвам, имат различен подход към изграждането на архитектурния ансамбъл. В „Етъра“ къщите и занаятчийските работилници разчитат на оригинални скици, снимки и репродуциране на конкретни сгради от региона, докато в Медово изборът е значително по-свободен и цели най-общо внушение за възрожденска архитектура. Подобен е подходът и към изграждането на занаятчийските работилници, поместени в тези къщи. Спазва се такъв ред, който да осигури удобство при посещаване на работилниците, но без да нарушава впечатлението за традиционна чаршия. И в Етъра, и в Медово занаятчийските ателиета формират улици, в която е включена шекерджийница и кафене. Встрани или в непосредствена близост до чаршията са останалите сгради, които следват същата стилистика.

Изгражданите комплекси, чаршии, или цели улици със сергии за сувенири се вписват със своя стратегия за национално самопредставяне. Във всеки един такъв комплекс съществена или доминираща е занаятчийската улица, която репродуцира някогашната чаршия чрез внимателно селектирани занаятчийски прояви. Те са главно в сферата на народните художествени занаяти и имат за цел както да възродят производствения процес и неговите традиционни технологии, така и да задоволят потребителския интерес чрез атрактивно предлагане на продукцията си. Спазват се правилата на старите технологии и ръчната изработка, естествените материали, традиционното оборудване на ателиетата. Атрактивен момент в технологията е възможността посетителите да се включат в работния процес. Готовата продукция, която ателиетата предлагат за продажба, е по правило произведена на място и от съответния майстор. Но поради недостатъчно количество на търсените изделия се налага използването на предмети, изработени извън комплексите и от други майстори. Наличните музейни колекции допълват представата на посетителите за традиционните художествени занаяти.

Етнографските комплекси, чаршии, дори механи и сергии за сувенири целят показването на история и идентичност, но събрани и изложени на специфични места, за да бъдат консумирани като туристически атракции. Те



конструират културен модел, който представя статична картина на застиналото минало, самовъзпроизвеждащо се в тези изобретени конструкции в идеализиран образ. Тези места нямат собствено значение и съществуване освен за туристите (Bertho 1980: 62). Извън автентичния си контекст на миналия бит и култура, те губят своето истинско съдържание и придобиват естетическа значимост като паметници на идеализираното неустановено минало (Гаврилович 2006: 40). В своята времева и пространствена изолираност, със специфичната си визуалност те създават представата, че „миналото е друга земя“, ако използваме един израз на А. Ападурай (Ападурай 2006: 52). В тях избирателно се въвеждат или изграждат правдоподобни аспекти на местната култура в нейната романтизирана образност. Този конструиран извън пространството и времето на живото битие модел не се опитва да заблуждава: неговите наблюдатели, външни и вътрешни, добре знаят, че този малък специфичен свят не може да бъде намерен извън неговите граници. Срещата с такава слабо подвижна, ситуирана в параметрите на реконструираното минало картина, често поражда сравнение с музейна експозиция.

Статичността, липсата на динамика и развитие в този модел на капсулираното наследство и неговите репродукции изтъква на преден план предимно материалните му конструктори. Демонстрацията на производствените процеси е развита дотолкова, доколкото е необходима за верификацията на предлаганите продукти. Внушението за културната различност следователно се крепи на нейните материални инградиенти, ориентирани консуматорите на етническото по достъпен начин. Това налага присъствието на „етнографията като идентификационен маркер“ (Шаренкова 2007: 189). В тази „етнографска среда“ демонстрираните активности са по-скоро пърформанс в рамките на общата артакция, а взаимоотношенията между индивидите следват разделение, в което изпълнителите са актьори, а посетителите – публика. Майсторите не само произвеждат: те следват правилата на поети роли, включени в конструирането на „автентичното“ преживяване на посетителите. Активизирането на миналото и възпроизвеждането на традициите в техния изчистен вид в модерното време преодолява анахронизма като налага специална „сцена“. В отговор на интересите на чуждите и местните посетители тук се показва постановка на миналото, на наследената култура, на традицията. Докато на тази „сцена“ се разиграва „животът в миналото“, който следва да задоволи туристическото любопитство, извън нея всекидневието на местната общност протича в съответствие със съвременните стандарти (Esman 1984: 464). Това изкуствено пространство е затворено, отделено и различно от съвременното ежедневие, поради което запазва характеристиките на музея. В тези свързани по други правила временни общности липсват социалните отношения като част от реконструираното минало, истинският живот на хората, техните реални дейности. На тяхно място е внедрена изкуствено създадена псевдообщност, която обслужва туристическата индустрия. Етнографските комплекси са туристически атракции, чието специфично, предназначено за посетителите пространство, не отразява реалния живот, а останалото назад във времето минало и битие;

хронологично ограничен отрязък, интерпретиран в премислени и предварително зададени рамки.

Тук ще спомена и сходните като цел и начин на презентирани на традиционната култура обекти, които са скромни опити за конституиране на етнопространство. Към тях можем да отнесем огромния брой заведения за хранене (механи), в които се предлагат традиционни ястия и фолклорна програма, магазини и сергии за сувенири и др. Логистичното обезпечаване на селския туризъм също предполага насищане с предмети от традиционната култура. Екстериоризацията и интериоризацията на обектите прибягват до едни и същи средства. Мястото на магазина или механата се забелязва отдалече – импровизирани кладенци, шарени каручки, в някои случаи дори манекени в национална носия, окачени колела от каруци, както и някои земеделски уреди и конски амуниции, като често, особено предметите, свързани с поминъка, са изровени от стари къщи, дворове и хамбари. Почти във всяка механа в двора се натъкваме на тези познати образци на миналия бит, подсказващи предлаганата атмосфера на старинност и „автентичност“. Внушението на екстериора заявява недвусмислено на посетителя какво следва да очаква и предопределя неговия избор. В съответствие с тези очаквания е и интериорът – открита пещ, голи каменни зидове, груби дървени мебели (но все пак съобразени с удобство и предразполагащи към по-дълъг престой и съответно обилна консумация), тъкани покривки, дървени и керамични съдове за хранене и пиене, окачени по стените съдове, земеделски уреди, торби, тъкани и т.н. Често облеклото на обслужващия персонал носи елементи от националната носия, а предлаганите ястия се рекламират като национални или типични местни блюда. Появата на тези атракции е провокирана от туризма, както и обратно – в някои случаи тъкмо те се превръщат в единствен или главен мотив за туристическия интерес.<sup>2</sup> Напоследък се появяват редуцирани форми на „етнопространство“, създадени от любители, които колекционират или продават предмети от местния бит или демонстрират уменията си в упражняването на традиционен занаят и предлагат на клиентите свои изделия. Такива опити, макар и с минимум средства, се забелязват в стари квартали на възрожденските градове, а също и в курортни селища или се организират по определени поводи. Дори в центъра на столицата, на площад „Св. Ал. Невски“, е обособено туристическо пространство, където плетачки и везачки предлагат своята продукция.

Конструирането на мястото може да бъде в различни мащаби и формати, а за неговото изграждане се използват едни или други средства.

---

<sup>2</sup> Пример за такава туристическа провокация е етнокъщата Жабаре, недалеч от гр. Крушевац в Сърбия. Тя е наследена собственост на местен жител, който от дълги години събира или изкупува предмети от различен характер, но като цяло представящи селската материална култура, характерна за XIX и началото на XX в. В неговия двор са вместени някои съоръжения и предмети, свързани със земеделието, а малките стаи са побрали разнообразни вещи, обединявани от идеята за презентирани на материалната култура в миналото. Собственикът се надява, че тази стара къща и изложената в нея колекция ще се превърне в туристическа атракция.

Много често водещо място има архитектурната среда, особено в градовете-музеи или старинните квартали, където се запазват старото градоустройство и обликът на къщите, обществените сгради и улиците. Новоизградените съоръжения не се придържат към определена местна специфика - за туристическите цели са достатъчни обобщените образи на „възрожденска“ архитектура. Дори сувенирите, изобразяващи „местни“ къщи, се различават по-скоро по надписите върху тях, уточняващи града, в който се продават, а не в съответствие с локалните особености на неговата архитектура. Наред с архитектурната среда, в която „сградите са едновременно разказвачи и част от разказа“ (Шаренкова 2007: 154), атмосферата се поддържа чрез занаяти, поднасяне на местни храни, костюми, фолклор и други. Тъкмо на такива „туристизирани“ прояви на местната култура разчитат в днешно време старинните градове, превърнали се в модерни курортни бази – Банско, Несебър и др. Те използват „миналите знаци“ (Бодрияр 2003: 79), извлечени от културното наследство с цел привличане на туристи и се превръщат в „историческа“ или „етнографска“ атракция чрез кумулирането на етнодефиниращи маркери. Предлагат се културни модели, които са изчистени в приятни форми и с цел комерсиална изгода; те подтикваат развитието на това, което може да бъде наречено „вторична етничност“ (Graburn 1984: 411). Наследените форми се адаптират към една нова културна ситуация, която е съществено различна от традиционната и зависи и от спецификата на самия туристически център (Иванова 2002: 67). Дори малките магазини или сергии за сувенири следват този модел на конструиране на „етническо пространство“, маркирайки го с културните знаци на миналото.

Съвременното развитие на индустриалното общество е белязано навсякъде с появата на туристическо пространство (MacCannell 1973: 597). Етнографският комплекс е изкуствено конструирано пространство, предназначено да представя на туристите култура, която е старателно моделирана и пригодена за лесно и недвусмислено възприемане. Интерпретацията на миналото залага на неговото репликиране в ярка и естетизирана образност. Селекцията на репрезентираното наследство разчита в значителна степен на разпознаваеми от българите и чужденците маркери, възприемани като символи на националната идентичност. Най-често презентацията на традициите за туристите не се ангажира с определен район или място и представените явления се интерпретират като „национална култура“ (Allcock 1995: 105).

Етнографските комплекси се превръщат в институция, която, от една страна, музеифицира културното наследство, а от друга поддържа един активен, но затворен в определената зона процес, създаващ илюзия за жива традиция. Образът на пространството се изгражда чрез система от символни репрезентации на културното наследство и в съответствие с очакванията на посетителите, като се стреми да ги удовлетвори, балансирайки между „автентичност“ и атракция. Такива комплекси с право могат да бъдат дефинирани като примери на „инсценирана автентичност“ (MacCannell 1973: 471). Механизмите за легитимиране на „автентичното“ обхващат не само

елементите на екстериора и интериора, но и предлаганите изделия и производството им чрез стари технологии. Реинтерпретирането на традициите се стреми да отговори на това търсене на „автентичното“, като се придържа към достоверно възпроизвеждане на културното наследство, главно чрез неговите стандартизирани символи. Но „наследството“ не е точно такова, каквото идва от миналото; то е само една версия от такова минало, което съперничи с други възможни версии, но което е спонсорирано като подходящо и приемливо, а преобладаващите съображения, които оформят неговата конструкция трябва да са в синхрон с възприетите изисквания на туристическата индустрия (Allcock 1995: 101). В крайна сметка контекстуалната промяна на реконструираното наследство в измисленото туристическо пространство е наложена от условията на настоящето. „Миналото“ е на преден план, тук и сега, но във фиксирани граници, лимитиращи туристическото пространство и изкуствено поддържащи анахронизъм в него. Контекстът на случване на събитията в тази специфична зона се стреми към правдоподобност на изобразеното минало. Неговото ревитализиране като активност е чрез живото представяне на занаятите, което преодолява музейната статичност. Интерпретацията на културното наследство във всичките му достъпни прояви изтъква етнодефиниращите го знаци или по-скоро комерсиализираните им реплики. Характерно е, че много форми на туристическо изкуство зависят от тяхното позоваване върху определена „етничност“ (Graburn 1984:396). Водещ мотив е изтъкването на културните разлики чрез цяла система от идентификационни маркери – т.е. тези разлики, които или изразяват, или поставят основата на мобилизацията на груповата идентичност (Ападурай 2006: 29). Презентира се българската култура от прединдустриалната епоха чрез образност, съответстваща на представата за нея. Разбира се, избрани и представени са ярки и впечатляващи художествени образци на старинна култура, защото „в най-силна степен националната самобитност на етноса се очертава в неговото художествено наследство“ (Живков 1981: 242). Явен е опитът да се постигне внушение за „локален колорит“ (Greenwood 1989: 172) чрез неговите естетически характеристики. Пазарът се стреми към тяхното възпроизводство и има изключително значение, залагайки на инвестицията в спомена (Янева 2006).

Днес етнографските комплекси и сходните конструкти са едни от местата, приели ролята да съхранят образа на традиционната българска култура. На пръв поглед неангажиращи и развлекателни, с ясни си идеи и реализация тези изкуствено конструирани пространства привличат чрез живото представяне на културната различност. Ритуализираното мълчание и съзерцание в музея е заменено от непосредствения контакт между майстори и клиенти, включително възможност за участие на последните в самия производствен процес. Това е тенденция, в която съвременната музейна конструкция се стреми да обучава посетителското въображение от наблюдение на артефактите към включване на опита (McIntosh, Prentice 1999: 26). Тъкмо такава функция поемат етнографските комплекси или занаятчийски улици с демонстрации на производствените процеси и въвличането на посетителите в тях.

## Литература

- Ападурай, А. 2006:** *Свободната модерност. Културни измерения на глобализацията.* София.
- Бодрияр, Ж. 2003:** *Системата на предметите.* София.
- Гаврилович, Лб. 2006:** *Лепота традиционалних места: физички и сви остали простори.* В: Традиционална естетска култура. Естетска димензија куће, Ниш, 35-44.
- Донков, Л. 2004:** *Кратки бележки по създаването на Етнографския парк-музей „Етър“.* - В: Етѐра. 40 години. Габрово, 3-36.
- Живков, Т. Ив. 1981:** *Фолклор и съвременност.* София.
- Иванова, Р. 2002:** *Култура на кризата – криза в културата.* София.
- Колева, П. 1996:** *Архитектурно-етнографски комплекс „Етър“ – състояние и място в съвременното общество.* В: Етнографски сборник „Етър“. Т. II, Габрово, 44-57.
- Недков, С. 1996:** *Световни тенденции в развитието на музеите на открито.* В: Етнографски сборник „Етър“. Т. II, Габрово, 7-30.
- Шаренкова, Р. 2007:** *Културна политика на етнографските музеи в България през втората половина на XX век.* Дисертация за присъждане на образователна и научна степен „Доктор“. София.
- Янева, Ст. 2006:** *Сувенирите: инвестиция в спомена.* – В: Свакодневна култура у постсоцијалистичком периоду у Србији и Бугарској. Балканска трансформација и европска интеграција. Београд, 329-343.
- Янева, Ст. 2007:** *Консуматори на етническото: стереотипи.* В: Народните занаяти: минало, настояще и бъдеще. Габрово, 11-26.
- Allcock, J. 1995:** *International Tourism and the Appropriation of History in the Balkans.* - In: International Tourism. Identity and Change. London, 100-112.
- Bertho, C. 1980:** *L'invention de la Bretagne genese sociale d'un stereotype.* – Actes de la Recherche en sciences sociales, № 35.
- Cohen, E. 1988:** *Authenticity and Commoditization in Tourism.* – Annals of Tourism Research, 15, 371-387.
- Esman, M. 1984:** *Tourism as Ethnic Preservation. The cajuns of Louisiana.* – Annals of Tourism Research (11), 3, 451-468.
- Graburn, N. 1984:** *The Evolution of Tourist Arts.* – Annals of Tourism Research (11) 3, 393-419.
- Greenwood, D. 1989:** *Culture by the Pound: An Anthropological Perspective on Tourism as Cultural commoditization.* – In: Hosts and Guests: The

Anthropology of Tourism, Valene Smith, ed., Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 171-185.

**MacCannell, D. 1973:** *Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings.* – In: American Journal of Sociology, 3.

**MacCannell, D. 1984:** *Reconstructed Ethnicity. Tourism and Cultural Idehtity in Third World Community.* – Annals of Tourism Research (11) 3, 375-392.

**McIntosh, A., R. Prentice 1999:** *Affirming Authenticity: Consuming Cultural Heritage.* - Annals of Tourism Research, (26), 3, 589-612.

**Picard, M. 1995:** *Cultural Heritage and Tourist Capital: Cultural Tourism in Bali.* - In: International Tourism. Identity and Change. London, 44-66.

**Van den Berghe, P., Ch. Keyes 1984:** *Introduction: Tourism and Re-Created Ethnicity.* – Annals of Tourism Research, (11) 3, 343-352.

**Wood, R. 1984:** *Ethnic Tourism, the State, and Cultural Change in Southeast Asia.* – Annals of Tourism Research, 11 (3), 353-374.

**Станка Јанева**

## **Културно наслеђе и туризам О конструисању етнографских комплекса**

*Кључне речи:*

културно наслеђе,  
конструисање простора,  
етнографски комплекси,  
уметнички занати

Интересовање за културно богатство једног народа представља један од основних стимулуса за развој туризма. Тенденција да се ревитализују традиције ове или оне културе запажа се у различитим земљама широм света. Све чешће се данас, у оквиру процеса хомогенизације културе различитих заједница, стварају простори који су својеврсни резервати културног наслеђа. Њихово стварање мотивисано је очекиваном културном различитошћу, првенствено у потрази за неком идеализованом прошлошћу. Реактивирање прошлости и „жива историја“ постају све популарнији као начини за привлачење туриста, те провозирају конструисање специфичних простора и креирање нових, специјално изграђених атракција. Једна од најатрактивнијих форми представљања културног наслеђа јесте етнографски комплекс.