

Elżbieta TOMCZYK-MICZKA

Małopolska Organizacja Turystyczna, Kraków

JAK ZMIERZYĆ ZAWARTOŚĆ KULTURY W TURYSTYCE KULINARNEJ? ATRAKCJE KULINARNE: MODA CZY AUTENTYCZNE ZAPOTRZEBOWANIE?

Wstęp

Pospieszny tryb życia i przepełnione stresem wyzwania zawodowe współczesnego człowieka doprowadziły do wizji nowej turystyki XXI w. Konsumentom usług turystycznych sprzeciwiają się pospiesznemu zwiedzaniu i powierzchownemu przeżywaniu wakacyjnych atrakcji. Biorąc pod uwagę te punkty odniesienia możemy mówić o nowym podziale turystyki na „szybką” i „wolną”. Takie spojrzenie idzie w parze z przeciwstawianym żywieniu typu „*fast food*” jego antonimem „*slow food*”. Coraz więcej zwolenników zyskuje Ruch Slow Food, a w odniesieniu do zwolnienia tempa w wielu dziedzinach życia operuje się sformułowaniem *slow life*. Jedz powoli, żyj powoli, przeżywaj „tu i teraz”. Co to oznacza dla turystyki? Powoli – czyli z namysłem. Z respektem do rzeczy i ludzi. Do ich historii, do tego, co stworzono na przestrzeni wieków. To właśnie klucz do właściwie pojmowanej turystyki kulturowej. Turystyki kulturowej w różnych ujęciach, zarówno *sensu stricto* mającej na celu kontakt turystów z materialnym i niematerialnym dziedzictwem kulturowym poprzez ogólnie dostępną ofertę kulturową, jak i *sensu largo*, czyli związanej z szeroko rozumianą kulturą, w tym także powszechną, codzienną, współczesną (STASIAK 2007).

Typowy uczestnik tzw. turystyki szybkiej będzie korzystał z programów wycieczek zaliczając kolejne atrakcje, nie bardzo mając sposobność do refleksji nad kontekstem atrakcji turystycznych w odwiedzanych miejscach. Natomiast grupa turystów spod znaku „slow” to osoby, które podczas imprez turystycznych oczekują powolnego smakowania. Przy czym delektowanie się dotyczy nie tylko potraw, ale również, a może nawet bardziej, przeżyć. Należy tu podkreślić, że ilość czasu przeznaczona na zwiedzanie nie jest właściwie kryterium turystyki „szybkiej” i „wolnej”, istotniejsze jest nastawienie turystów, intencje i chłonność: emocjonalna i intelektualna. Uczestnicy bardziej świadomi i wrażliwi na odbiór wartości kulturowych zmieniają nastawienie do świadczeń z ilości na jakość, decydując o tym, by wzrastała ich świadomość i rozwój osobisty. To właśnie spośród tych „świadomych” rekrutują się turyści zainteresowani lokalnymi i regionalnymi kulinariami.

W teorii turystyki wyróżnia się zazwyczaj cztery grupy turystów według stopnia zainteresowania kulturą kulinarną: od wyrafinowanych konosersów – „smakoszy”, do bywalców sieci McDonald’s (HALL i in. 2003). Czytelny podział na grupy turystów kulinarnych nie oznacza sztywnych kategorii, bowiem w miarę podróżowania, wraz z nabywaniem wiedzy i pozytywnych doświadczeń turyści znajdują się w kręgach coraz bardziej zaangażowanych i prezentujących coraz wyższy stopień znawstwa tematu. W miarę smakowania kuchni rośnie bowiem apetyt na poznawanie jej otoczki kulturowo-krajoznawczej.

Odpowiedzmy sobie na pytanie: czy program turystyczny zawierający wizyty w restauracjach z konsumpcją regionalnych dań to na pewno turystyka kulinarna, jeżeli za konsumpcją nie idzie przekazywanie wiedzy o dziedzictwie kulinarnym? Czy program telewizyjny, publikacja w prasie lub blog mogą być zakwalifikowane do kategorii związanych z turystyką kulinarną, jeżeli nie wzbogacają odbiorcy pod kątem jego wiedzy o tradycjach, historii i ludziach, którzy tę kuchnię tworzą? O specyfice miejsca i o genezie powstawania produktów lokalnych? Nie wszyscy autorzy dostrzegają rolę „kulturowości” w turystyce kulinarnej. K. Plebańczyk w opracowaniu z 2013 r. twierdzi, że: „każdy z nas jest turystą kulinarnym. Wybierając się w jakąkolwiek podróż, nieważne, czy po terenie własnego regionu czy kraju, czy też w podróż zagraniczną, jesteśmy zainteresowani tym, aby coś zjeść i czegoś się napić” (PLEBAŃCZYK 2013). Nic bardziej mylnego. Nie każde spożywanie posiłków w podróży jest turystyką kulinarną. Nie konsumpcja, a sposób pojmowania jedzenia w kontekście kulturowym jest tu kluczowym kryterium. Badaniami nad turystyką kulinarną powinni

być objęci tylko ci turyści, dla których jedzenie jest sposobem obcowania z kulturą, i te produkty turystyczne, które umożliwiają turystom ten proces.

Początki turystyki kulinarnej – ożywcza myśl Lucy M. Long

Jedzenie oferuje nam okno na świat i zwierciadło, w którym się przeglądamy – to słowa Lucy Mary Long, uważanej za twórczynię pojęcia „turystyka kulinarna”. Termin „*culinary tourism*” po raz pierwszy został użyty przez nią w 1998 r. w pracy zbiorowej 12 autorów, pod redakcją L.M. Long i z takim tytułem. Od tego czasu teoretycy turystyki poświęcili wiele uwagi na analizę zjawisk zachodzących w tym, jakże specyficznym, segmencie turystyki. Chociaż turystyka kulinarna jest młodą gałęzią turystyki, jej szybki rozwój odpowiada temu, co dzieje się w życiu społeczeństw podatnych na zmieniające się trendy w stylu życia i konsumpcji.

W literaturze poświęconej historii turystyki uważa się, że *Culinary Tourism* to pierwsza książka traktująca jedzenie jednocześnie jako kierunek turystyczny i sposób uprawiania turystyki. Autorzy książki zbadali wiele punktów stycznych jedzenia, kultury i turystyki w wymiarze publicznym i komercyjnym, w środowisku prywatnym, krajowym oraz w skali światowej. Argumentują oni, że doświadczenie zmysłowe związane z jedzeniem zapewnia ludziom unikatowe środki komunikacji. L.M. LONG wyjaśnia, jak i dlaczego zainteresowanie „zagranicznym” jedzeniem rozszerza gusty i prowadzi do komercyjnych korzyści w Ameryce, lecz jednocześnie książka ukazuje, jak turystyka łączy osobiste doświadczenia z kulturowymi i społecznymi zachowaniami wobec jedzenia oraz stwarza okoliczności do przeżywania przygód z nim związanych.

Co oznacza wspomniane okno na świat i lustro z naszym odbiciem? Według L.M. Long – to próbowanie nowych smaków i składników, uczenie się historii dań i historii kultury poprzez składniki potraw. Spotykanie ludzi, którzy wyhodowali i przygotowali produkty, które spożywamy. Oddajmy głos autorce (LONG 2013; tłum. E.T.M.):

Zawsze uwielbiałam poznawanie poprzez jedzenie. Tak więc kiedy zaczęłam w 1990 r. studia stypendialne nad turystyką było naturalne, że zajęłam się tematyką żywności. Byłam zaszokowana odkryciem, że jedzenie było na uboczu usług związanych z przyjmowaniem gości – lub, gorzej jeszcze, że wprowadzanie nowych smaków kojarzyło się z kolonializmem, zachowaniami

hegemonicznymi. Wiedziałam, że jestem uprzywilejowana, mogąc eksplorować jedzenie. Bez obawy, że będę mieć kiedykolwiek dość zdobywania wiedzy o innych poprzez ich kuchnię, wraz z okazaniem im szacunku. Tak zaczęło się moje myślenie o turystyce kulinarnej i w 1996 r. podczas konferencji Amerykańskiego Towarzystwa Folkloru zaprezentowałam swoje zdanie jako podstawę do badań nad znaczeniem kuchni innych kultur. To doprowadziło do publikacji i powstania określeń: „jedzenie z ciekawości” (*eating out of curiosity*), „jedzenie przygodowe” (*adventurous heating*), „intencjonalny, poznawczy udział w jedzeniu innego” (*intentional, exploratory participation in the foodways of the Other*). Te, niezręczne początkowo, określenia brzmiały wystarczająco akademicko, by nadać wiarygodność studiom nad jedzeniem. Ale również stworzyły przesłanki do poszerzenia naszego myślenia na styku jedzenia i turystyki”.

Turystyka kulinarna od tego czasu rozwija się i jest usankcjonowana poprzez umieszczenie jej w klasyfikacji Światowej Organizacji Turystyki działającej przy Organizacji Narodów Zjednoczonych (UN WTO) jako jeden z rodzajów turystyki kulturowej, wraz z definicją tzw. szeroką: „Turystyka kulturowa zaspokaja ludzkie pragnienie różnorodności, mając jednocześnie tendencję do podnoszenia poziomu kulturowego jednostek i zapewniając wzrost wiedzy, nowego doświadczenia i różnych spotkań”. Stanowisko to koresponduje z podejściem do turystyki kulinarnej, jakie reprezentuje większość autorów polskich i zagranicznych. W literaturze ugruntowany jest pogląd, że wśród elementów dziedzictwa materialnego, stanowiących podstawę produktu turystycznego w turystyce kulturowej ważny jest kontekst wytwarzania produktów regionalnych będących efektem przetwarzania roślin i zwierząt (WIDAWSKI 2009). Najistotniejsze zasoby tworzące ten produkt mają charakter naturalny, kulturowy, architektoniczny, są niezmiennie w czasie, wiążą się z wiedzą i doświadczeniami przekazywanymi z pokolenia na pokolenie (JENNAN 2005). W analizie ewolucji, jaką przeszło pojmowanie turystyki kulturowej i przeglądzie różnych aspektów definiowania przeprowadzonym przez A. MIKOSA VON ROHRSCHEIDTA (2008a, b) dostrzegamy cenną uwagę, że cechą wyróżniającą oferty turystyczno-kulturowe ma być ubogacenie zarówno odwiedzających, jak i gospodarzy.

Lucy M. Long twierdzi dodatkowo, że turystykę kulinarną można uprawiać w domu, we własnej kuchni lub bibliotece, lecz często taka pasja motywuje do podjęcia podróży (LONG 2013). To głęboko filozoficzne pojmowanie turystyki kulinarnej w jej poznawczym aspekcie przypomina podejście do podróżowania Ryszarda Kapuścińskiego. Ten król reportaży i guru w empatycznym poznawaniu innych kultur pisał, że niektórzy

ludzie, w ślad za Konfucjuszem, twierdzą, że świat najlepiej poznawać nie wychodząc ze swojego domu. Mistrz dodaje (KAPUŚCINSKI 2003):

I to też trzeba cenić. Są jednak ludzie, którzy muszą poznawać świat w całej jego różnorodności – stanowi to część ich natury. Takich ludzi nie jest wielu. Dla mnie najcenniejsze są podróże reporterskie, etnograficzne, antropologiczne, których celem jest lepsze poznanie świata, historii, przemian, które się dokonują, a potem dzielenie się zdobytą wiedzą.

W ujęciu turystyki kulinarnej wprowadzonym przez L.M. Long jedzenie jest czymś więcej niż produkty, które spożywamy. Powtarzam za autorką: „Wszystkie działania i procesy myślowe otaczające produkty przyczyniają się do nadania im znaczenia – wykonanie, koncepcja, produkcja, zaopatrzenie, przechowywanie, przygotowywanie, prezentacja, konsumpcja, a nawet oczyszczenie i utylizacja. Możemy być turystami kulinarnymi eksplorując kulturę jedzenia poprzez którąkolwiek z tych aktywności. Kursy gotowania są obecnie popularną drogą do nauki o innych kuchniach i zwykle obejmują też zakupy na lokalnych targach. Pomaganie w pracach polowych i gospodarskich jest innowacyjnym produktem turystycznym, ale niewielu jest ludzi, którzy postrzegają usuwanie reszek jedzenia jako formę bycia turystą. Dla mnie jednak, jako miastowej dziewczyny, było przygodą wytrzebanie obrusa z okruciami kurczętom, kiedy przebywałam w wiosce w Laosie (lub z kuzynostwem w Appalachach). Podobnie metody przechowywania żywności, różne na całym świecie, dają wgląd w kulturę jedzenia: kałamarnice wysuszone na słońcu w Korei, ryby mrożone w śniegu na Alasce, winogrona suszone słońcem na rodzyńki, szynki wiszące w wędzarni” (LONG 2013).

„Inni”: wrażliwość i respekt według Lucy M. Long i Marcina F. Gawryckiego

Wydaje się, że obowiązkowym miejscem dla turystyki kulinarnej są obiekty gastronomiczne, głównie restauracje, ale również festiwale, targi, święta, sklepy spożywcze, książki kucharskie, czasopisma o gotowaniu, literatura, filmy, telewizja i Internet oferują wspaniałe możliwości do zwiedzania świata żywności. Mówi o tym L.M. LONG (2013; tłum. E.T.M.):

Uwielbiam podróżować, ale czasami jest to po prostu niemożliwe, więc te inne media oferują „podróże wirtualne”. Możemy również przyjrzeć się bliżej temu, co jemy na co dzień, widząc i degustując to z pozycji przybysza (in-

nego), wtedy odkryjemy, że to jedzenie niesie fascynujące wspomnienia, historii i poczucie tożsamości.

Jak twierdzi dalej L.M. Long (2013; tłum. E.T.M.):

„Inny” – to słowo jest kluczowe w turystyce kulinarnej, która może badać zjawiska w przestrzeni innych regionów, religii, narodowości, klas społeczno-ekonomicznych, płci, grup wiekowych, rodzin – dosłownie każdej grupy innej od świata znanego turyście. Nawet poznawanie lokalnie hodowanych produktów może być turystyką dla kogoś mającego zwyczaj kupowania w supermarkecie. Egzotyczne przyprawy i potrawy są atrakcyjne, ale to co nowe i inne dla jednych, może być „chlebem powszednim” dla drugih.

Doskonałym przykładem są pobyty w gospodarstwach agroturystycznych małych dzieci, które podczas wycieczki szkolnej czy wczasów rodzinnych dowiadują się o tym, że mleko nie pochodzi z kartonu oraz tego, jak powstaje masło czy ser. Chleb pieczony w piecu smakuje od razu inaczej, gdy poznamy drogę „od ziarenka do bochenka” wraz z lekcją tradycji piekarskich i nauką szacunku dla chleba i żywności.

Eksplzja tematów związanych z kulinariami jest widoczna w świecie mediów, w poświęcaniu wielkiej uwagi tym zagadnieniom przez osoby zaliczające się do celebrytów. Co za tym idzie, kulinaria zajmują wiele miejsca w mediach z gatunku „lifestylowych” i kształtują też ofertę turystyczną. Jednocześnie, jak w wielu dziedzinach aktywności społecznej, widać powierzchowność pojmowania sfery kulturowej związanej z kulinariami i poznawaniem innych kuchni. Tutaj pojawia się kwestia rzetelności przekazu medialnego w pokazywaniu kultur związanych z prezentowanym jedzeniem.

Studiami nad pozycją „inności” w turystyce kulinarnej, czyli jej sednem, zajął się M.F. GAWRYCKI (2011). W książce *Podglądając innego. Polscy trawelebryci w Ameryce Łacińskiej* zawarł rozważania na temat programów telewizyjnych prowadzonych przez podróżników: celebrytów, zresztą w książce nazywanych trawelebrytami. Głównym problemem, któremu publikacja została poświęcona, jest sposób konstruowania wyobrażeń widzów o „innych” (MALCHROWICZ-MOŚKO 2013). Autor przedstawia sylwetki trawelebrytów penetrujących Amerykę Łacińską (Wojciecha Cejrowskiego, Martynę Wojciechowską, Roberta Makłowicza, Elżbietę Dzikowską i Tonego Halika) i analizuje ich postawy. Jako znawca tematyki – politolog i latynoamerykanista – zarzuca im sztuczną „egzotyzację” odwiedzanych miejsc, posługiwanie się stereotypami oraz brak chęci dogłębnego poznania problemów społecznych. Nas najbardziej zainteresuje rozdział ostatni tej książki, zatytułowany „Jedząc z innym”.

Książka skłania do refleksji, że mamy tendencję do oceniania innych z perspektywy etnocentrycznej, na skutek czego np. my – Europejczycy – porównujemy wszystko do sytuacji państw europejskich (na co wielokrotnie zwracał uwagę Ryszard Kapuściński). To że Ameryka Łacińska może nam się jawić jako Trzeci Świat, wcale nie musi być prawdą. Czytając książkę mamy szansę zastanowić się, czym naprawdę jest „inność” i jaka jest jej cena w dobie markowych produktów turystycznych. Autor sygnalizuje, że najważniejszy jest taki kontakt międzykulturowy, który zagwarantuje lepsze, wzajemne poznanie oraz przestrzega przed traktowaniem „innych” jak eksponaty czy zwierzęta w zoo i ocenianiem ich kultury, zwyczajów, choćby nawyków kulinarnych ze swojego punktu widzenia. Tak jak dla jednych szokiem kulturowym może być zupa z żółwia, dla innych może nim być... zupa z kury. Trawelebrytów (ale również organizatorów i uczestników turystyki kulturowej, w tym kulinarnej) powinny interesować nie tylko elementy kultury widoczne „gołym okiem”, np. strój, język czy kulinaria, ale też elementy niedostrzegalne na pierwszy rzut oka, takie jak teoria przeszłości i przyszłości, hierarchia społeczna, tempo pracy, wzorce kontrolowania emocji, gdyż dopiero one mówią nam więcej o „innym”, przez co staje się nam bliższy (MALCHROWICZ-MOŚKO 2013).

Przed wszystkim jednak turystyka kulinarna oferuje możliwość poznawania różnych aspektów żywności i sposobów, w jaki możemy łączyć się dla jedzenia i poprzez jedzenie. Przypomina nam, że wszyscy musimy jeść, aby przeżyć, ale wszyscy dokładamy własne kultury, okoliczności i osobowości do wspólnego stołu. Mając to na uwadze: jedz, smakuj, zwiedzaj i doświadczać (LONG 2013).

Podsumowanie

Widoczna w ostatnich latach fascynacja kuchnią, potrawami i dziedzictwem kulinarnym pozwala mówić o modzie związanej z zapotrzebowaniem społecznym na te zagadnienia. Poświęcanie tematów kulinarnym znacznej uwagi nie pozostaje bez wpływu na styl życia społeczeństw, a co za tym idzie, na wyraźnie zarysowujące się trendy w turystyce globalnej i lokalnej. Rodzi to potrzebę zdefiniowania tego, co możemy określić turystyką kulinarną z uwzględnieniem głównego kryterium: poznawania kultur – w wymiarze edukacyjnym. Niebezpieczeństwo sprowadzania turystyki kulinarnej wyłącznie do procesów zmysłowych (jedzenie, estetyka,

egzotyka), bez pogłębiania wiedzy, owocuje produktem turystyki „pseudo-kulinarnej”, która nie wpisuje się w turystykę kulturową.

W powierzchownym, stereotypowym traktowaniu tematów kuchni świata udział mają media. Twórczość dziennikarzy, mieniących się podróżnikami czy ekspertami od kulinariów, pozbawiona respektowania lokalnej tradycji, kultury zachowań, wierzeń, bez głębokiej wiedzy historycznej, etnograficznej i antropologicznej, prowadzi do spływania tematyki i marnowania olbrzymiego potencjału, jaki zawiera w sobie bogactwo kulinarne narodów.

Zostawmy techniczne i przedmiotowe przedstawianie potraw i sposobów ich przygotowywania kucharzom, szkołom gastronomicznym i konsumentom bez większych ambicji poznawczych. Niech gotują, smakują, rozwijają umiejętności gastronomiczne, piszą książki kucharskie. Chwała im za to. Nas jednak, w kontekście turystyki kulinarnej, interesuje zjawisko społeczne na styku jedzenia i kultury z nim związanej. Nie idźmy na skróty. Zobaczmy w turystyce kulinarnej i w opisywaniu regionów poprzez kuchnię pewną misję – otwieranie świata w całym jego bogactwie, od przyjemnej i smakowitej strony, ale z poszerzaniem horyzontów odbiorcy¹.

BIBLIOGRAFIA

- GAWRYCKI M.F., 2011, *Podglądając Innego. Polscy trawelebrycy w Ameryce Łacińskiej*, Wyd. Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa.
- HALL M., SHARPLES L., MITCHELL R., MACIONIS N., CAMBOURNE B., 2003, *Food Tourism Around the World*, Butterworth-Heinemann.
- JENNAN L., 2005, *Patrimoine rural et tourisme durable*, [w:] Z. Chatou (red.), *Tourisme rural et développement durable*, Paris, s. 66–83.
- KAPUŚCIŃSKI R., 2003, *Autoportret reportera*, SIW Znak, Kraków.
- LONG L.M. (red.), 1998, *Culinary Tourism*, University Press of Kentucky, Lexington.
- LONG L.M., 2013, *Culinary Tourism: Exploring the Meaning of Food*, Leisure Group Travel Magazine.
- MALCHROWICZ-MOŚKO E., 2013, *Recenzja: Podglądając innego. Polscy trawelebrycy w Ameryce Łacińskiej*, „Turystyka Kulturowa”, 8, www.turystykakulturowa.org, s. 53–57.
- MIKOS VON ROHRSCHEIDT A., 2008, *Turystyka kulturowa. Fenomen, potencjał, perspektywy*, Gnieźnieńska Wyższa Szkoła Humanistyczno-Menedżerska Milenium, Gniezno.

¹ Autorka opiera swoje tezy na podstawie popartych wiedzą naukową doświadczeń z zakresu turystyki, w tym własnych obserwacji zdobytych podczas pracy pilota wycieczek i prowadzenia przez 12 lat swojego biura turystycznego, jako autor przewodników kulinarnych i licznych publikacji w mediach turystycznych oraz własnych autorskich wykładów nt. „Regionalne atrakcje kulinarne” prowadzonych na Wydziale Turystyki i Promocji Zdrowia w Górnośląskiej Wyższej Szkole Handlowej (2008–2014).

- MIKOS VON ROHRSCHEIDT A., 2008, *Turystyka kulturowa – wokół definicji*, „Turystyka Kulturowa”, 1, www.turystykakulturowa.org, s. 4–21.
- STASIAK A., 2007, *Kultura a turystyka – wzajemne relacje*, [w:] A. Stasiak (red.) *Kultura i turystyka – razem czy oddzielnie?*, WSTH, Łódź.
- PLEBANCZYK K., 2013, *Turystyka kulinarna w kontekście zrównoważonego rozwoju w kulturze – perspektywy dla Polski*, „Turystyka Kulturowa”, 10, www.turystykakulturowa.org, s. 23–38.
- WIDAWSKI K., 2009, *Wpływ folkloru i tradycyjnej kultury ludowej na rozwój ruchu turystycznego na przykładzie Hiszpanii*, Uniwersytet Wrocławski, Wrocław.

Źródła internetowe

www.aktualnosciturystyczne.pl.
www.kentuckypress.com.
www.turystykakulturowa.org.
www.slowfood.com.

