

Dorota Światała-Trybek

Uniwersytet Opolski

Instytut Polonistyki i Kulturoznawstwa

Kulinaria w przestrzeni miasta

Nowe trendy, nowe potrzeby mieszkańców*

Słowa kluczowe: kulinaria, miasto, *street food*, „śniadanie na trawie”, produkty tradycyjne

Abstract: The subject of this article is culinary trends observable in Polish cities during the past few years. They include both the rediscovered practices, directly related to the cultural (culinary) heritage of a particular area, and these which have become popular only recently. According to the author, characteristic culinary fads are: the promotion of local delicacies on a large scale, growing interest in shopping in farmers' markets offering organic produce (bio-markets) and traditional goods, growing popularity of street food (including *street food* festivals and picnics), and organizing the so called “breakfast on the grass” events.

Key words: culinary, city, *street food*, “breakfast on the grass”, traditional products

Uwagi wprowadzające

Miasto – złożony układ urbanistyczny, społeczny, kulturowy – jest środowiskiem, w którym najszybciej można zaobserwować pojawiające się nowe trendy w różnych dziedzinach życia, w tym również tych związanych z kulinariami.

* Informacje o źródłach finansowania badań przedstawionych w artykule: badania statutowe Instytutu Polonistyki i Kulturoznawstwa Uniwersytetu Opolskiego (rok 2014): *Kultura ludowa i popularna w Polsce w kontekście europejskim i światowym*.

Miasto ma charakter społeczności wielokulturowej, którą cechują rozmaite potrzeby mieszkańców, formy i przestrzenie ich aktywności.

To właśnie nieograniczone i nieodgadnione różnicowanie, wysubtelnianie i wyrafinowanie potrzeb aż do najbardziej ich wymyślnych postaci sprawia, że miasto – które swą ofertą chce odpowiadać na te potrzeby – nieustannie dzieli się, pączkuje, przeobraża, przekształca i nawarstwia coraz to nowe i inne środki umożliwiające tworzenie dóbr zaspokajających owe potrzeby. Miasto jest wykwitem wyrosłym na społecznym podziale pracy, który z kolei wyrósł na społecznym różnicowaniu potrzeb¹.

O kulinariach w przestrzeni miejskiej można mówić na wiele sposobów, uwzględniając różnorodne kwestie, np. obecność i rodzaj punktów sprzedaży produktów żywnościowych (osiedlowe sklepiki, supermarkety, hipermarkety, bazyry itd.), które bezpośrednio dookreślają specyfikę danego obszaru; występowanie charakterystycznych miejsc konsumpcji („bogactwo” lokali i punktów gastronomicznych)², ich położenie, funkcje, jakie pełnią w danej społeczności; preferencje żywieniowe mieszkańców związane z grupą wiekową, zawodową, płcią itd. Same kulinaria stanowią źródło nieskończonych wątków do analizy, funkcjonują w nurcie ciągłych sposobów odkrywania, mówienia o nich. Dlatego słuszność ma Anna Wieczorkiewicz, która konstatuje:

Dziś [...] przyznaje się prawomocność dużej ilości konwencji, w jakich można tworzyć kulinarne obrazy totalności, a kulinarne mody są krótkotrwałe. Wartość gastronomicznych kompozycji relatywizuje się w ramach otwartych i płynnych stylów kulinarnych³.

Faktem niezaprzeczalnym jest to, iż współcześnie jedzenie wyszło z kuchni domowej, restauracji i lokali gastronomicznych, by coraz częściej – w sposób oryginalny i intrygujący – zawładnąć miejską przestrzenią. I nie chodzi bynajmniej tylko o budki z *hot dogami* albo lodami włoskimi z automatu. Jedzenie w przestrzeni miasta, skoncentrowane na określonej przestrzeni, organizuje ją, wyznaczając konkretne formy aktywności człowieka. Człowiek i jadło w bezpośrednim „kontakcie konsumpcyjnym” nieustannie pojawiają się w innych kontekstach, które są wyrazem nowych trendów kulinarnych. Choć ich przyjmowanie – w porównaniu do miast Europy Zachodniej – jest procesem powolniejszym, to z każdym rokiem zyskują coraz liczniejsze grono zainteresowanych. Są wśród nich zarówno praktyki „na nowo” odkryte, bezpośrednio odwołujące się do dziedzictwa kulturowego (kulinarnego) konkretnego obszaru, jak i takie, o których jest „głośno” od niedawna, czego przykładem jest *good food*. Zaprezentowany materiał jest wynikiem eksploracji terenowych przestrzeni miejskich w latach 2012–2014.

¹ M. GOLKA: *Wielokulturowość miasta*. W: *Pisanie miasta. Czytanie miasta*. Red. A. ZEIDLER-JANISZEWSKA. Poznań 1997. Cyt. za: <http://bylecoq.w.interia.pl/text/wielokulturowosc.htm#po4> [data dostępu: 12.08.2014].

² Zob. np.: G.E. KARPIŃSKA: *Food court jako nie-miejsce*. W: *Miejsca biesiadne. Co o nich opowiada antropolog?* „Łódzkie Studia Etnograficzne”. T. 46. Łódź 2007, s. 37–64.

³ A. WIEZORKIEWICZ: *Apetyt turysty. O doświadczeniu świata w podróży*. Kraków 2008, s. 24.

Lokalne specjały szczególnie cenione

Nie od dziś wiadomo, iż pożywienie wpływa na kształtowanie poczucia regionalnej i narodowej tożsamości, identyfikacji z miejscem urodzenia, zamieszkania, z „małą ojczyzną”⁴. Smaki dzieciństwa to nie tylko konkretne wyroby, dania, ale również praktyki i zwyczaje żywieniowe, wypracowane przez pokolenia. To wreszcie potrawy (okazjonalne i powszechne), które są elementem obrzędowości dorocznej i rodzinnej, towarzyszące człowiekowi od narodzin aż po schyłek życia⁵.

Lokalne / regionalne produkty – w tym także kulinaria – są ważnym elementem dziedzictwa kulturowego, o których promocję, zachowanie dbają różne instytucje, stowarzyszenia, osoby prywatne itp. Wykaz różnorodnych działań podejmowanych w celu pielęgnowania spuścizny kulinarnej przodków jest niewątpliwie bogaty, by wspomnieć chociażby Listę Produktów Tradycyjnych Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi, konkursy kulinarne (o zasięgu wojewódzkim, regionalnym, gminnym, lokalnym), imprezy z „jadłem” (festiwale smaku, „święta” poszczególnych potraw itp.)⁶. Zwłaszcza te ostatnie cieszą się dużym powodzeniem, także w środowiskach miejskich (np. „Święto krupnioka” w Katowicach-Nikiszowcu, „Święto wodzionki” w Świętochłowicach), gromadząc tłumy miłośników tradycyjnych specjałów. Tak duże zainteresowanie tego typu przedsięwzięciami wynika, z jednej strony, z charakteru samych imprez (forma festynu z wieloma atrakcjami dla uczestników), jak i z mody na tradycję i swojskość. Specjały te utożsamiane są z kuchnią domową, z określonym sposobem odżywiania, darzy się je dużym sentymentem.

Funkcjonuje bowiem przekonanie, że tradycyjna kuchnia jest wartością samą w sobie, a ponieważ tradycja jest tożsama z tym, co dawne, trwałe, niezmiennie – „realizuje i „materializuje” przeszłość oraz świadczy o zakorzenieniu – należy tradycyjną kuchnię pielęgnować⁷.

Jednak nie tylko charakterystyczny rodzaj jedzenia jest wysoko ceniony. Uwagę przyciągają także różnorodne obiekty związane z jego przygotowaniem,

⁴ Zob. K. KOSSAKOWSKA-JAROSZ: *Śląskie menu jako kategoria identyfikacji kulturowej*. „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Opolskiego”. „Folklorystyka”. T. 2. Red. T. SMOLIŃSKA. Opole 1996, s. 101–114.

⁵ Zob. I. BUKOWSKA-FLOREŃSKA: *Rodzinne świętowanie jubileuszowe*. W: *Folklorystyczne i antropologiczne opisanie świata. Księga ofiarowana Profesor Dorocie Simonides*. Red. T. SMOLIŃSKA. Opole 1999, s. 123–133.

⁶ D. ŚWITAŁA-TRYBEK: *Święto kartofla, żymloka i pstrąga, czyli o kulinarnych imprezach plenerowych*. W: *Pokarmy i jedzenie w kulturze. Tabu, dieta, symbol*. Red. K. ŁEŃSKA-BAK. Opole 2007, s. 339–350.

⁷ G.E. KARPIŃSKA: *Jak to z produktem regionalnym bywa, czyli o głodzie tradycji we współczesnym świecie*. W: *Głód. Skojarzenia, metafory, refleksje...* Red. K. ŁEŃSKA-BAK, M. SZTANDARA. Opole 2014, s. 299.

jak np. *piekarok* – piec chlebowy w Rudzie Śląskiej. Niewielkich rozmiarów *piekaroki* (*piekarniaki*) znajdowały się dawniej na każdym prawie osiedlu patronackim, przeznaczone były do wypieku pieczywa i ciast⁸. W porównaniu z piecami domowymi były większe, toteż gospodynie chętnie z nich korzystały. Przygotowane i uformowane w domach ciasto na chleb, *kołocze* (placki drożdżowe z różnymi dodatkami) przynosiły i wkładały do nagrzanego pieca. Czas oczekiwania na wypieki sprzyjał integracji lokalnej społeczności. Kobiety wymieniały się informacjami, komentowały miejscowe wydarzenia. Przy *piekarokach* zawsze było gwarno i wesoło⁹. Kulturowy potencjał tego typu obiektu postanowiły wykorzystać władze Rudy Śląskiej, które przeznaczyły środki materialne na odrestaurowanie jedyne w mieście wolno stojącego pieca chlebowego (przestał on działać w latach 50. XX wieku). Jego uroczyste otwarcie nastąpiło 1 marca 2013 roku, połączono je z miejskimi *ostatkami*. W tym dniu, w godzinach popołudniowych, przy piecu chlebowym zgromadzili się licznie mieszkańcy miasta, przedstawiciele władz miejskich, mediów, aby nie tylko móc zobaczyć *piekarok* w „nowej odsłonie”, ale także dowiedzieć się o historii samego obiektu, wziąć udział w degustacji chleba w nim wypiekanego. Imprezie towarzyszyły występy młodzieży gimnazjalnej oraz licealnej, także laureata konkursu „Po naszymu, czyli po śląsku” w 2007 roku. Nadto uczestnicy mieli okazję poznać tradycje tłustego czwartku. Dla najmłodszych przygotowano gry i zabawy¹⁰.

Intencją pomysłodawców renowacji *piekaroka* było wykreowanie kolejnego miejsca w krajobrazie kulturowym miasta, przy którym organizowane będą różnorodne imprezy integrujące lokalną społeczność. Obiekt wybrano nieprzypadkowo. Piece chlebowe przez prawie stulecie odgrywały ważną rolę w życiu społeczności osiedli robotniczych, stanowią zatem istotny element dziedzictwa kulturowego (przemysłowego) Górnego Śląska, są żywą lekcją historii. Stąd też pojawiła się pilna potrzeba, aby *piekarok* uchronić od całkowitej dewastacji i przywrócić do użyteczności, nadając mu nowe funkcje. *Piekarok* stał się inspiracją do zaspokajania potrzeb kulturalnych i rekreacyjnych, zapewnienia dobrej estetyki przestrzeni,

⁸ O zwyczaju wypieku chleba w charakterystycznych piecach wspominają znawcy kultury górniczej: „W początkach naszego stulecia, gdy łatwiej było nabyć gotową mąkę, nadal utrzymywał się zwyczaj pieczenia chleba w domu. Zwyczaj ten był na tyle silny, że musieli mu ulec właściciele kopalń. W nowoczesnych osiedlach budowanych przed pierwszą wojną światową stawiano w niektórych blokach mieszkalnych duże piece piekarnicze dla użytku gospodyń górniczych niezależnie od piekarń, w których wypiekano chleb przeznaczony na sprzedaż w sklepach”. J. LIGĘZA, M. ŻYWIŃSKA: *Zarys kultury górniczej. Góry Śląsk, Zagłębie Dąbrowskie*. Katowice 1964, s. 106.

⁹ I. BUKOWSKA-FLOREŃSKA: *Rodzina na Górnym Śląsku*. Katowice 2007, s. 103.

¹⁰ Kolejne przedsięwzięcie organizowane przy *piekaroku* odbyło się w czerwcu 2014 roku pod nazwą „Noc Świętojańska”. Skierowane było do osób, które chciały poznać dawne tradycje Nocy Kupały. W programie uwzględniono wiele atrakcji dla rodzin z dziećmi (wyplatanie wianków, poszukiwanie kwiatu paproci, gry i zabawy). Ważnym punktem imprezy była degustacja tradycyjnie przygotowanego chleba z *tustym* (smalcem) i ogórki kiszzone.

budowania spójności społecznej, tożsamości i dumy lokalnej¹¹. Bezpośrednio z zainicjowaniem działalności pieca chlebowego ogłoszony został przez Urząd Miejski w Rudzie Śląskiej konkurs kulinarny „Rudzkie smaki”, którego ideą przewodnią jest zachowanie dziedzictwa kulinarnego mieszkańców tego miasta¹².



Fot. 1. Impreza przy *piekaroku*. Ruda Śląska, 2014 (fot. D. Światała-Trybek)

Zakupy na straganie

Po zachłyśnięciu się hiper- i supermarketami oferującymi niezliczone rodzaje artykułów spożywczych z najbardziej odległych zakątków świata, do łask wracają „stare” sposoby robienia zakupów – na straganach i jarmarkach. Pożywienie od

¹¹ M. MURZYN-KUPISZ: *Dziedzictwo kulturowe a rozwój lokalny*. Kraków 2012, s. 83.

¹² Zadaniem uczestników jest zaprezentowanie zarówno dawnych przepisów na potrawy rudzkiej (śląskiej) kuchni, jak i receptur już współczesnych, zainspirowanych kuchniami całego świata. W każdym miesiącu Michał Kaczmarczyk – jeden z najlepszych polskich mistrzów gotowania (przyrządzał posiłki dla polskich i brazylijskich naukowców podczas dwuletniej wyprawy polarnej zorganizowanej przez Zakład Biologii Antarktyki PAN; w 2014 roku magazyn „Kuchnia” wyróżnił go tytułem „Kucharz roku”) – wybiera spośród nadesłanych przepisów najciekawszy, który ogłoszony jest „smakiem miesiąca” i zamieszczony na portalu internetowym miasta.

zawsze wymagało zaangażowania ze strony człowieka, zwłaszcza jeśli musiał pozyskać składniki niedostępne w najbliższym otoczeniu. Przez stulecia tak ważna była rola jarmarków i targów w poszczególnych miejscowościach, organizowanych zazwyczaj kilka razy w roku w dużych miastach. Zygmunt Gloger w *Encyklopedii staropolskiej ilustrowanej* pisze:

Jarmarki (z niemiec. *Jahrmarkt*, roczny targ) stanowione były po różnych miastach przez sejmy krajowe. R. [oku] 1507 zabroniono jarmarków i targów po wsiach, pod karą utracenia rzeczy przywiezionych na sprzedaż. W *Vol. legum* znajdują się uchwalone jarmarki dla miast wielkopolskich i małopolskich, dla Trok, Grodna, Kowna, Nowogródka, Witebska, Brześcia lit., Mińska, Lidy, Mozyra, Rygi (na Wniebowstąpienie Pańskie), Wilna, Smoleńska (3 w roku), Brzeżan¹³.

Podstawowa różnica pomiędzy jarmarkami a targami polegała na częstotliwości ich odbywania się. Jarmarki odbywały się jedynie kilka razy w roku w danej miejscowości (czasem tylko raz), targi – zazwyczaj co tydzień¹⁴. Zarówno jedne, jak i drugie zarezerwowane były przede wszystkim dla miast i miasteczek. Oczywiście, oprócz pożywienia można było na nich nabyć różne towary, także zwierzęta. Targi i jarmarki pełniły nie tylko funkcje handlowe, gospodarcze, ale również integracyjne, kulturotwórcze. Były okazją do nawiązania kontaktów międzyludzkich. Miejscowości targowe przeobrażały się wówczas w centra tętniące życiem. Inicjowały aktywność osób biorących w nich udział¹⁵. Obecnie największą popularnością w Polsce cieszy się Jarmark św. Dominika w Gdańsku. Bierze w nim udział około 7 mln osób, w tym turyści z całego świata. Obecnie jarmarki (np. Jakubowy w Nysie) towarzyszą odpustom parafialnym (stanowiąc o ludycznym charakterze tych uroczystości)¹⁶, organizowane są przez zakony (Jarmark Franciszkański w Opolu). Podczas ich trwania swoje wyroby na straganach wystawiają kupcy, rzemieślnicy. Na stoiskach można zakupić rękodzieło, różnego rodzaju pieczywo i ciasta, miody i jego przetwory, zioła, przyprawy itp. Jarmarki należą do ważniejszych imprez kulturalnych w kalendarzu miast, stąd zazwyczaj przyciągają tłumy ludzi.

Coraz popularniejszą formą targów w przestrzeniach miast – ze względu na oferowane produkty żywnościowe – są biobazary (np. Le Targ w Warszawie, Krótka Droga we Wrocławiu, Tygiel w Poznaniu), gdzie mieszkańcy (także osoby przyjezdne) mogą zaopatrzyć się w świeże produkty. Biobazary mają ułatwić

¹³ Z. GLOGER: *Encyklopedia staropolska ilustrowana*. Wstęp J. KRZYŻANOWSKI. Warszawa 1972, T. 2, s. 284.

¹⁴ Wiesława Korzeniowska podaje, iż np. w rejencji opolskiej jarmarki odbywały się w 63 miastach i miasteczkach 4 lub 6 razy w roku i trwały jeden lub dwa dni. Zob. W. KORZENIOWSKA: *Codziennosc społeczności wsi rejencji opolskiej w aspekcie zachodzących przemian (1815–1914)*. Opole 1993, s. 122.

¹⁵ W 2014 roku w Nysie podczas Jarmarku św. Jakuba przygotowano specjalną kuchnię średnio-wiecznej, funkcjonowała kawiarnia Jakubowa ze śląskim *kołoczem*.

¹⁶ D. ŚWITALA-TRYBEK: *Święto i zabawa. Odpusty parafialne na Górnym Śląsku*. Wrocław 2000, s. 77–145.



Fot. 2. Stoisko z jedzeniem podczas Jarmarku Produktów Tradycyjnych. Chorzów, 2013
(fot. D. Światała-Trybek)

kontakt między rolnikami produkującymi ekologiczną żywność i świadomymi konsumentami, ceniącymi sobie zdrowe jedzenie, wytwarzane lokalnie, którego wytwórcy dbają o środowisko naturalne i prawa zwierząt. Nie wszystkie tego typu bazyry znajdują się w okolicach bezpośrednich centrów miast, ale w miejscach, które również stanowią o ich wyjątkowości. Sceneria nie jest z pewnością zwyczajna, bo np. targ w Katowicach odbywa się na terenie byłej Huty Baildon, a w Warszawie – na terenie dawnej fabryki Norblina. Możliwość zakupu zdrowej żywności każdorazowo przyciąga tłumy ludzi. Dodatkowym atutem jest sposobność degustacji różnorodnych specjałów oferowanych bezpośrednio przez wystawców. Kupujący może zapytać o interesujące go kwestie związane z uprawą sprzedawanych owoców, warzyw itp.

Street food w modzie

Pisząc o nowych miejskich trendach kulinarnych, koniecznie trzeba zwrócić uwagę na zjawisko *street food*. Uliczne jedzenie jest nieodłącznym elementem wizerunku współczesnych metropolii, w których rytm życia wyznaczają tysiące

osób podążających do i z pracy, zmęczonych albo niemających wystarczająco wiele czasu wolnego, aby przygotować sobie ciepły posiłek w domu, korzystających z punktów gastronomicznych, w których można zamówić szybko i niedrogo, a jednocześnie zaspokoić głód i zapewnić kubkom smakowym odpowiednie wrażenia zmysłowe. Fenomen *street food* polega na tym, iż ma ono wielu zwolenników, zarówno wśród biednych, jak i bogatych, łączy przedstawicieli różnych klas społecznych, narodowości. Kuchnie „na kółkach”, czyli furgonetki z różnymi specjalami, tzw. *food tracki* można spotkać w ruchliwych punktach miast, np. przy stadionach, uczelniach, kompleksach biurowych, licznie występują podczas festynów, koncertów muzycznych itp. Pierwszy samochód z jedzeniem skonstruował w 1866 roku Charles Goodnight, hodowca bydła z Teksasu.

Ludzie jedzą na ulicach, od kiedy one istnieją. Uliczne jedzenie jest wszechobecne, stanowi przejaw kultury, występowało dużo wcześniej niż restauracje. W porównaniu z lokalami gastronomicznymi nie wymaga ono tak dużego kapitału. Można je przygotować w domu i następnie sprzedawać na ulicy. Prekursorem i jednocześnie „numerem jeden” ulicznego jedzenia w Stanach Zjednoczonych jest *hot dog*. Kiełbaska w bułce nie jest jednak produktem amerykańskim, tylko niemieckim. To imigranci z Niemiec zaczęli sprzedawać frankfurterki na amerykańskich ulicach w latach 70. XIX wieku¹⁷. Jedzenie stało się dla imigrantów sposobem asymilacji z amerykańską kulturą. W niedługim czasie wózki z *hot dogami* pojawiły się w większości miast, a pod koniec XIX wieku, dzięki Chrisowi von de Ahe, na stadionach baseballowych. Dziś kultura amerykańska utożsamiana jest z bułką z charakterystycznym dodatkiem. Podobną furorę, ale w odległym Wietnamie zrobiła kanapka *báhn mì* (z marynowanymi warzywami i wieprzowiną), której powstanie zawdzięcza się Francuzom. I w tym przypadku dwie odmienne kultury zbliżyły się do siebie dzięki kulinariom – francuskiej bagietce z dodatkami po wietnamsku¹⁸.

Dzisiaj turyści podróżujący do odległych krajów coraz częściej decydują się na degustację jedzenia proponowanego przez ulicznych kucharzy, wybierając nieznanne, intrygujące potrawy, które przygotowywane są „na ich oczach”, zachwycając przy tym kolorami, sposobem podania, zapachami i użytymi składnikami. Turyści świadomie chcą poznawać kulinarne dziedzictwo odwiedzanego miejsca, a tym samym doświadczać lokalnej kultury. Jedzenie uliczne zmieniło swój status – z niechcianego, przez wielu uważanego za niebezpieczne ze względów zdrowotnych (wątpliwości związane z pochodzeniem, przechowywaniem produktów żywnościowych) stało się niewątpliwie jedną z ważniejszych atrakcji turystycznych¹⁹. Warto

¹⁷ B. KRAIG: *Hot dog. A Global History*. London 2009, s. 16–44.

¹⁸ Zob. *Podróże kulinarne – kuchnia wietnamska. Tradycje, smaki, potrawy*. Warszawa 2008.

¹⁹ D. ŚWITAŁA-TRYBEK: *Dziedzictwo kulinarne w kontekście europejskiego ruchu turystycznego*. „Studia Etnologiczne i Antropologiczne” 2014, T. 14: *Globalizacja jako wyzwanie dla zachowania i upowszechnienia dziedzictwa kulturowego w Europie Środkowo-Wschodniej*. Red. H. RUSEK, J. SZCZYRBOWSKI, s. 28–43.

wspomnieć, iż użytkownicy portalu VirtualTourist.com wybrali 10 najlepszych miast świata z ulicznym jedzeniem. Na pierwszym miejscu w rankingu znalazła się stolica Tajlandii – Bangkok, na kolejnych uplasowały się: Singapur, Penang w Malezji (Malezjczycy, Chińczycy i Hindusi, którzy osiedlili się w tym rejonie, stworzyli mieszankę smaków, która wpłynęła na lokalną kuchnię), Marrakesz, Palermo (na Sycylii), Sajgon, Istambuł, Meksyk (stolica), Bruksela i San Pedro²⁰. Nie trzeba jednak udawać się do dalekich krajów, by móc delektować się lokalnymi rarytasami. Prawie każde większe miasto kojarzy się z jakimś „ulicznym” specjałem, np. Kraków z obwarzankami z makiem, solą lub sezamem (obwarzanek jest jednym z symboli tego miasta, produktem o chronionym oznaczeniu geograficznym w Unii Europejskiej), Lublin – z cebularzami (placki drożdżowe z cebulą), górskie miejscowości w Beskidach i Tatrach – z serami (oscypkami, bundzem, bryndzą), Bruksela – z frytkami podawanymi z majonezowym sosem, Wiedeń – z kiełbaskami na gorąco, Wilno – z kwasem chlebowym sprzedawanym w plastikowych kubeczkach itp.



Fot. 3. Furgonetka z sokami. Warszawa, 2014 (fot. D. Światała-Trybek)

²⁰ *Miasta z najlepszym ulicznym jedzeniem.* http://serwisy.gazetaprawna.pl/turystyka/galerie/637640,duzezdjecie,2,miasta_z_najlepszym_ulicznym_jedzeniem.html [data dostępu:14.08.2014].



Fot. 4. Piknik *street food*. Katowice, 2014 (fot. D. Świłała-Trybek)

Z potencjału ulicznego jedzenia postanowili skorzystać zarówno znani z mediów kucharze, restauratorzy, jak i fundacje, stowarzyszenia itp., organizując festiwale i pikniki *street food*. Ideą tych kulinarnych wydarzeń jest udowodnienie, iż potrawy przygotowane „na szybko” nie oznaczają tylko posiłków niezdrowych, zrobionych z marnej jakości produktów. Festiwale i pikniki ulicznego jedzenia odbywają się w takich dużych ośrodkach miejskich, jak: Łódź (Łódź Street Food Festiwal, od 2012 roku), Warszawa (Street Food Festiwal by Tomasz Jakubiak, od 2013 roku), Katowice (OKAM Street Food Festiwal, od 2014 roku). *Street food* – zgodnie z najmodniejszym współcześnie trendem gastronomicznym – ma iść w kierunku *food good*, czyli „szybko, w miarę tanio i dobre jakościowo”.

Wszystkim piknikom i festiwalom towarzyszą zjazdy *food trucków*. Ich właściciele oferują konsumentom bogate menu, dbając o walory smakowe i odżywcze oferowanych specjałów. Są wśród nich zarówno dania popularne, kojarzone z *fast foodami*, jak i te związane z kuchnią polską (pierogi, bigos, flaczki, gołąbki, rozmaite wędliny „na ciepło”, placki ziemniaczane itd.) oraz z kuchniami całego świata. Na miłośników zdrowego odżywiania czekają stoiska z sokami ze świeżych owoców i warzyw; na lubiących słodkości – z wypiekami, lodami itp. Charakterystyczne furgonetki z jedzeniem uświetniają także znane i wysoko cenione wydarzenia kulinarne, takie jak np. Europejski Festiwal Smaków w Lublinie (w 2014 roku).

Festiwale i pikniki *street food* przybierają formę miejskich imprez. Skierowane są do wszystkich miłośników jedzenia, bez względu na wiek. Odbývają się w przestrzeniach publicznych, gdzie:

Ludzie spotykają się spontanicznie, bez ściśle określonego celu lub w wielu celach [...]. Jest to miejsce dla przypadkowych spotkań, miejsce w którym wszystko bądź nic może się przydarzyć, w zależności od tego, kto tam przebywa w określonym czasie. Przestrzeń publiczna jest z zasady wielofunkcyjna, może być użyta dla określonych uroczystości czy wydarzeń, komercyjnych imprez czy przez muzyków i teatry uliczne, lub po prostu dla swobodnej i niezobowiązującej przechadzki²¹.

Imprezy te zapewniają uczestnikom nie tylko degustację, ale również rozrywkę, stając się przestrzenią zachowań ludycznych, zaspokajając przy tym potrzeby zabawowe różnych grup ludzi²². Przykładowo, program festiwalu w Katowicach obejmował m.in.: pokaz salsy kubańskiej i animację w stylu zumbi dla dzieci i dorosłych, pokaz bachaty z nauką podstawowych kroków, kino plenerowe, w Warszawie – koncert dj'ów „na żywo”, plac zabaw dla dzieci pod opieką animatorów, pokazy kulinarne. Festiwale z ulicznym jedzeniem – dzięki interesującej formule – stały się na tyle ciekawe, że kolejne miasta podejmują się ich organizacji, traktując je niewątpliwie w kategoriach nietuzinkowej atrakcji.

Wspieramy nową modę na dobre jedzenie przygotowywane bezpośrednio na oczach klientów, z dobrych składników i robione przez prawdziwych pasjonatów takiego gotowania. Nasz festiwal będzie gościć inicjatywy i *food trucki* cieszące się już uznaniem klientów i te jeszcze mniej znane. [...] Musi być ful wypas. Na festiwal przyjadą goście z Warszawy, Krakowa i Łodzi, by zaoferować całe bogactwo ulicznych smaków w tym *slowfoodowe* burgery, oryginalne śledzie, kanapki z własnymi sosami, BBQ, regionalne specjały, takie jak: np. maczanka po krakowsku czy zapiekanki oraz własnoręcznie pieczone słodkości²³.

„Śniadanie na trawie”

Przebywanie na świeżym powietrzu, w otoczeniu pięknego krajobrazu to marzenie i potrzeba wielu mieszkańców współczesnych miast.

²¹ M. CASTELLS, L. BURKHALTER: *Spoleczeństwo i miasto post-konsumpcyjne. Przestrzeń publiczna i mieszkalnictwo*; cyt. za: <http://publica.pl/teksty/spoleczenstwo-i-miasto-post-konsumpcyjne-przestrzen-publiczna-i-mieszkalnictwo-36761.html> [data dostępu: 13.08.2014].

²² Zob. M. SZALBOT: *Homo ludens w przestrzeni współczesnego miasta*. W: „Studia Etnologiczne i Antropologiczne”. T. 10: *Problemy społeczne i kulturowe współczesnego miasta*. Red. I. BUKOWSKA-FLOREŃSKA. Katowice 2010, s. 221–236.

²³ <http://www.dziennikwschodni.pl/apps/pbcs.dll/article?AID=/20140802/LUBLIN/140809972> [data dostępu: 3.08.2014].

Poszukiwanie kontaktu z naturą staje się nie tylko sprawą pragmatyki (żyć w mniej zdewastowanym, zatrutym świecie), lecz przede wszystkim pytań egzystencjalnych; definicja człowieka, szanse na samookreślenie, wiązały się zawsze z osadzeniem w świecie, to rzeczywistość była „otoczeniem”, które „spowijało” człowieka. Zajmując miejsce, wycinając w przestrzeni swoją enklawę, przez tę rzeczywistość bywał on definiowany²⁴.

Szansę bezpośredniego kontaktu z naturą stwarzają w przestrzeniach miejskich parki, pełniące funkcje rekreacyjne, wypoczynkowe i sportowe. Zagospodarowane tereny zielone (z pomnikami, fontannami, wspaniałymi okazami drzewostanu)²⁵ traktowane są w kategoriach odskoczni od zgiełku, hałasu ulic wielkomiejskich. Tutaj można w spokoju – na łonie przyrody – spędzać czas wolny. Tutaj spacerują rodzice z małymi dziećmi, emeryci lubią odpoczywać na przydrożnych ławeczkach, a zakochani przechadzają się uroczymi alejkami. Parki są oazą dla zagonionych, zmęczonych mieszkańców, pozwalają zregenerować siły witalne, cieszyć się życiem. W słoneczne soboty i niedziele tereny zielone zapelniają się rozłożonymi kocami, na których relaksują się osoby w różnym wieku. Wiele parków w ostatnich kilku latach stało się miejscem pikników z różnorodnymi formami animacji, w których udział wziąć może każdy, kto tylko będzie miał ochotę. Większość z nich rozpoczyna się w godzinach przedpołudniowych, stąd noszą one nazwę „Śniadanie na trawie”. Od kwietnia 2014 roku w każdą niedzielę w parku Powstań Śląskich w Katowicach odbywa się impreza plenerowa „Zjedz z dzieckiem śniadanie w parku”. Dla uczestników przewidziano interesujące warsztaty (np. artystyczne), zajęcia sportowe (jogi, tai chi), pokazy kulinarne, na straganach można kupić zdrowe produkty wprost od rolników. Zgodnie z ideą organizatorów wspólne śniadanie ma być okazją do promowania zdrowego stylu życia.

Podobną formułę prozdrowotną i edukacyjną ma cykl letnich spotkań „Śniadanie na trawie. Sobotnie poranki w rytmie slow” (w godz. 10.00–13.00) w Rosarium w parku Śląskim w Chorzowie (od 2013 roku). Piknikom towarzyszą prelekcje na temat zdrowego stylu życia, idei *slow food*, zdrowej żywności,

²⁴ M. SZTANDARA: *Ciało i „powroty do natury”. Perspektywa ekologiczna w kulturze współczesnej*. W: *Doświadczone. Opisywane, symboliczne. Ciało w dyskursach kulturowych*. Red. K. ŁĘSKA-BAK, M. SZTANDARA. Opole 2008, s. 358–359.

²⁵ Do najbardziej wyróżniających się przystani zieleni w Polsce południowej należy park Śląski, znajdujący się na pograniczu Siemianowic, Chorzowa i Katowic, liczący aż 620 ha, powstały w latach 50.–60. XX wieku w czynie społecznym na terenach (aż 75%) pokrytych hałdami, odpadami górnictwami, biedaszybami, zapadliskami, bagnami i wysypiskami. Jest on przykładem pionierskiej w skali Europy i największej w kraju pomyślnie zakończonej próby przywrócenia do życia zdewastowanego przez przemysł środowiska naturalnego. Stawy, sadzawki, strumyki, rozliczne gatunki drzew i krzewów oraz rozległe łąki stanowią przyjazną ostoję dla dzikiej fauny, która żyje tu w nietypowym sąsiedztwie z mieszkańcami Śląskiego Ogrodu Zoologicznego. Na terenie parku znajdują się: Planetarium, Stadion Śląski, Wesołe Miasteczko oraz Górnśląski Park Etnograficzny w Chorzowie. Park corocznie odwiedza 3 mln ludzi. Zob.: <http://www.parkslaski.pl/o-parku/park-slaski-w-liczbach.html> [data dostępu: 13.08.2014].

ekologii, zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialności za środowisko, także warsztaty (np. pieczenia chleba). Uczestnicy mogą skorzystać z oferty punktów gastronomicznych, zaopatrując się w zdrową żywność i wyroby domowej roboty od lokalnych producentów oraz w dania typowo piknikowe.

W 2014 roku pierwszy posiłek stał się także motywem przewodnim niedzielnych spotkań (od maja do września) w Warszawie na placu zabaw, wokół którego znajdują się tereny zielone parku Agrykola. Jak prawie wszystkim tego typu przedsięwzięciom towarzyszą stoiska z produktami żywnościowymi. Na początku lipca, kiedy miałam okazję uczestniczyć w śniadaniowym pikniku, można było spróbować m.in.: pierogów z mąki gryczanej wypiekanych w głębokim tłuszczu, pierogów ruskich z soczewicą, kolorowej paelli, tarty ze szpinakiem i kozim serem oraz wielu innych smakowicie wyglądających potraw. Dla najmłodszych przygotowano różnorodne animacje, a dla zainteresowanych zajęcia sportowe, które prowadzili wykwalifikowani trenerzy.

Przytoczone przykłady pikników na łonie natury są dziełem przede wszystkim różnych organizacji pozarządowych, stowarzyszeń, które za cel stawiają sobie podniesienie jakości życia człowieka. Cel ten – zgodnie z ich filozofią – można osiągnąć poprzez udział w rozmaitych formach aktywności i edukacji. Jedzenie – co nie budzi wątpliwości – jest doskonałym tematem przewodnim, aby wokół niego podejmować kwestie związane ze zdrowym stylem życia.



Fot. 5. „Śniadanie na trawie”. Warszawa, 2014 (fot. D. Światała-Trybek)

Pokazy kulinarne w miejskiej scenerii

Perfekcyjne przygotowanie dań stanowi nie lada wyzwanie, zwłaszcza dla osób, które dopiero co podjęły się nauki gotowania. Jednak nie tylko nowicjusze pragną zachwycać bliskich i znajomych swoimi potrawami i wypiekami. Moda na „bycie dobrym kucharzem” jest tak obsesyjna, że każda okazja wydaje się dobra, aby udoskonalać umiejętności w tym zakresie. Stąd m.in. tak dużą popularnością cieszą się programy kulinarne nadawane w telewizji, których głównymi bohaterami są mistrzowie polskiej kuchni, m.in.: Robert Makłowicz, Pascal Brodnicki, Karol Okrasa. Ich popularność wynika nie tylko z faktu, iż są oni doskonałymi znawcami sztuki kulinarnej i potrafią wyczarowywać na wizji najbardziej wyszukane specjały, ale wiąże się ze sposobami, w jaki to robią, np. eksponując swoją spontaniczność i naturalność, sugestywnie kontaktując się z widzami, opowiadając różnorodne ciekawostki itp.²⁶. Produkcje kulinarne odznaczają się wieloraką gatunkowością, dlatego trudno je jednoznacznie sklasyfikować, a tym samym opisać rolę, jaką w tych programach przypisuje się widzom²⁷.

Pokazy kulinarne występują zazwyczaj w trzech formach:

- odrębne wydarzenie w centrach i galeriach handlowych albo podczas imprez plenerowych (dni miasta, festyny itp.) – wówczas znana i rozpoznawalna osoba (kucharz, aktor, piosenkarz, prezenter itp.)²⁸ przygotowuje kilka dań, wyjaśniając, co dokładnie robi, następnie widzowie częstowani są potrawami;
- konkursy kulinarne, podczas których zaproszony gość demonstruje wykonanie konkursowego dania, zasiada on także w jury (często pełniąc funkcję przewodniczącego) i ocenia przygotowane przez uczestników specjały;
- pokaz o charakterze zamkniętym, odbywający się w określonym gronie osób, przybierający charakter warsztatów, np. w trakcie spotkań integracyjnych, bankietów itp.

W przestrzeni miejskiej bezpośrednio można zaobserwować dwie pierwsze formy pokazów. Większość programów miejskich imprez plenerowych zawiera „punkt kulinarny”, a obecność mistrza gotowania jest jedną z ważniejszych atrakcji. Osobiście można zobaczyć wówczas gwiazdę imprezy, czasem z nią nawiązać konwersację, wreszcie ocenić smak potrawy, która została przez nią przygotowana²⁹. W tym miejscu chciałabym wspomnieć, iż obecnie w wojewódz-

²⁶ J. HAJDUK-NIJKOWSKA: *Gotowanie na ekranie, czyli kulinarne fascynacje w kulturze masowej*. W: *Pokarmy i jedzenie w kulturze...*, s. 395–406.

²⁷ Zob. A. REGIEWICZ: *Po prostu gotuj. O przestrzeni konsumpcji w telewizyjnych programach kulinarnych*. W: *Miejsca biesiadne. Co o nich opowiada antropolog?*..., s. 193–205.

²⁸ Swoje pokazy kulinarne mają następujący aktorzy: Bożena Dykiel, Dariusz Gnatowski, Piotr Cyrwus, Magdalena Wałach, Izabela Kapiasova, Piotr Pilitowski, Tomasz Schimscheiner, także kabareciarz Tadeusz Drozda.

²⁹ Na jednej ze stron internetowych firmy specjalizującej się w organizacji pokazów kulinarnych czytamy: „Z własnego doświadczenia wiemy, że wiele serdecznych spotkań, szczególnie

twie śląskim większość miejskich imprez „obsługuje” Remigiusz Rączka – kucharz, gospodarz telewizyjnych i radiowych programów kulinarnych („Rączka gotuje”, „Gotowanie po śląsku”), autor felietonów, właściciel restauracji w rodzinnym Wodzisławiu Śląskim, popularyzator szlaku kulinarnego „Śląskie Smaki”³⁰. W 2013 roku prowadził on pokazy m.in. w następujących miejscowościach: Lyskach, Radlinie, Rybniku-Niewiadomiu, Gliwicach, Zabrze, Siemianowicach, Katowicach, Chorzowie, Pszczynie itd.; w 2014 roku w: Mikołowie, Miasteczku Śląskim, Tarnowskich Górach, Ustroniu, Wiśle. W Siemianowicach Śląskich podczas Industriady, czyli Święta Szlaku Zabytków Techniki (na terenie Parku Tradycji Górnictwa i Hutnictwa) – w ramach „Światowego Konkursu Gotowania Śląskiego Żuru” – przygotował charakterystyczną zupę na zakwasie, prowadził konkursy dla publiczności. Remigiusz Rączka jest postacią medialną. W trakcie pokazów posługuje się gwarą śląską, opowiada dowcipy, zachęca widzów do rozmowy, co sprawia, iż publiczność darzy go sympatią.



Fot. 6. Pokaz kulinarny. Siemianowice Śląskie, 2014 (fot. D. Światała-Trybek)

z tymi, których lubimy, czy nawet kochamy, odbywało się w kuchni. To miejsce magiczne, w którym dzielimy się tym, co najlepsze, przygotowujemy potrawy dla najbliższych i dla gości. Kuchnia to miejsce, w którym rozmawiamy przy wspólnej pracy i w miłej atmosferze ciepła, które w naturalny sposób towarzyszy gotowaniu. Magię kuchni staramy się przenieść na scenę, do galerii handlowej, na spotkanie firmowe czy imprezę dla dzieci”. Zob.: <http://www.kuzniadobregosmaku.pl/kuznia/misja-show-kulinarne.html> [data dostępu: 14.08.2014].

³⁰ Szlak „Śląskie Smaki” został zainicjowany przez Śląską Organizację Turystyczną w 2012 roku. Obecnie na szlaku, obejmującym całe województwo śląskie, znajduje się 37 lokali gastronomicznych – od Częstochowy aż po Istebną.

Inną postacią chętnie zapraszaną na pokazy i konkursy kulinarne w województwie śląskim jest Maria Oźga – laureatka drugiego miejsca (w 2013 roku) teleturnieju kulinarnego MasterChef Polska (nadawanego przez stację TVN), przeznaczonego dla kucharzy amatorów.

Miasto stwarza wiele możliwości, by kulinaria mogły pełnić nie tylko pierwszorzędną rolę (zaspokajając głód), ale żeby wokół nich tworzyła się nowa przestrzeń życia dla mieszkańców. Przestrzeń ta kreuje określone zachowania ludzi, pozwala im na realizację własnych potrzeb, stwarza możliwość funkcjonowania wspólnot związanych doświadczeniem jedzenia.

Na podstawie zaprezentowanego materiału można wysunąć wniosek, iż obecnie większość trendów kulinarnych w miastach związana jest z propagowaniem zdrowego stylu życia, który definiowany jest przez: prawidłowe odżywianie się, aktywność (ruch na powietrzu w każdej postaci zamiast siedzenia na kanapie), dbałość o ekologię, odpowiedni wypoczynek. Podejmowane w miastach różnorodne inicjatywy kulinarne zachęcają mieszkańców zarówno do świadomego wyboru określonych produktów żywnościowych (ekologicznych, od lokalnych wytwórców, jak najmniej przetworzonych, bez konserwantów, polepszaczy itp.), jak i zatrzymanie się w „pędzie życia”, by – zgodnie z ideologią ruchu *slow food* – w spokoju, bez pośpiechu, na łonie natury, w kręgu bliskich celebrować posiłki i delektować się smakiem potraw³¹. Wszak jedzenie to przyjemność³², o którą trzeba dbać.

Bibliografia

Literatura zwarta

- BRILLAT-SAVARIN A.: *Fizjologia smaku albo medytacje o gastronomii doskonałej*. Wybór i oprac. W. ZAWADZKI. Przekł. i wstęp J. GUZE. Warszawa 1977.
- BUKOWSKA-FLOREŃSKA I.: *Rodzina na Górnym Śląsku*. Katowice 2007.
- BUKOWSKA-FLOREŃSKA I.: *Rodzinne świętowanie jubileuszowe*. W: *Folklorystyczne i antropologiczne opisanie świata. Księga ofiarowana Profesor Dorocie Simonides*. Red. T. SMOLIŃSKA. Opole 1999, s. 123–133.
- GLOGER Z.: *Encyklopedia staropolska ilustrowana*. Wstęp J. KRZYŻANOWSKI. Warszawa 1972, T. 2.
- GOLKA M.: *Wielokulturowość miasta*. W: *Pisanie miasta. Czytanie miasta*. Red. A. ZEIDLER-JANISZEWSKA. Poznań 1997.
- HAJDUK-NIJAŁOWSKA J.: *Gotowanie na ekranie, czyli kulinarne fascynacje w kulturze masowej*. W: *Pokarmy i jedzenie w kulturze. Tabu, dieta, symbol*. Red. K. ŁEŃSKA-BAK. Opole 2007, s. 395–406.

³¹ *Slow food. Produkty regionalne robią karierę*. Przeł. L. FELDMAN. Red. C. PETRINI, B. WATSON. Warszawa 2005.

³² A. BRILLAT-SAVARIN: *Fizjologia smaku albo medytacje o gastronomii doskonałej*. Wybór i oprac. W. ZAWADZKI. Przekł. i wstęp J. GUZE. Warszawa 1977, s. 132.

- KARPIŃSKA G.E.: *Jak to z produktem regionalnym bywa, czyli o głodzie tradycji we współczesnym świecie*. W: *Głód. Skojarzenia, metafory, refleksje...* Red. K. ŁEŃSKA-BAK, M. SZTANDARA. Opole 2014, s. 291–304.
- KORZENIOWSKA W.: *Codziennosc społeczności wsi rejencji opolskiej w aspekcie zachodzących przemian (1815–1914)*. Opole 1993.
- KRAIG B.: *Hot dog. A Global History*. London 2009.
- LIGĘZA J., ŻYWIŃSKA M.: *Zarys kultury górniczej. Górny Śląsk, Zagłębie Dąbrowskie*. Katowice 1964.
- MURZYN-KUPISZ M.: *Dziedzictwo kulturowe a rozwój lokalny*. Kraków 2012.
- Slow food. Produkty regionalne robią karierę*. Przeł. L. FELDMAN. Red. C. PETRINI, B. WATSON. Warszawa 2005.
- Podróże kulinarne – kuchnia wietnamska. Tradycje, smaki, potrawy*. Warszawa 2008.
- SZTANDARA M.: *Ciało i „powroty do natury”. Perspektywa ekologiczna w kulturze współczesnej*. W: *Doświadczane. Opisywane, symboliczne. Ciało w dyskursach kulturowych*. Red. K. ŁEŃSKA-BAK, M. SZTANDARA. Opole 2008, s. 358–359.
- ŚWIATAŁA-TRYBEK D.: *Święto i zabawa. Odpusty parafialne na Górnym Śląsku*. Wrocław 2000.
- ŚWIATAŁA-TRYBEK D.: *Święto kartofla, żymłoka i pstrąga, czyli o kulinarnych imprezach plenerowych*. W: *Pokarmy i jedzenie w kulturze. Tabu, dieta, symbol*. Red. K. ŁEŃSKA-BAK. Opole 2007, s. 339–350.
- WIECZORKIEWICZ A.: *Apetyt turysty. O doświadczeniu świata w podróży*. Kraków 2008.

Czasopiśmiennictwo

- KARPIŃSKA G.E.: *Food court jako nie-miejsce*. W: *Miejsca biesiadne. Co o nich opowiada antropolog?* „Łódzkie Studia Etnograficzne”. T. 46. Łódź 2007–2010, s. 37–64.
- KOSSAKOWSKA-JAROSZ K.: *Śląskie menu jako kategoria identyfikacji kulturowej*. „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Opolskiego”. „Folklorystyka”. T. 2. Red. T. SMOLIŃSKA. Opole 1996, s. 101–114.
- REGIEWICZ A.: *Po prostu gotuj. O przestrzeni konsumpcji w telewizyjnych programach kulinarnych*. W: *Miejsca biesiadne. Co o nich opowiada antropolog?* „Łódzkie Studia Etnograficzne”. T. 46. Łódź 2007, s. 193–205.
- SZALBOT M.: *Homo ludens w przestrzeni współczesnego miasta*. W: „Studia Etnologiczne i Antropologiczne”. T. 10. Red. I. BUKOWSKA-FLOREŃSKA. Katowice 2010, s. 221–236.
- ŚWIATAŁA-TRYBEK D.: *Dziedzictwo kulinarne w kontekście europejskiego ruchu turystycznego*. „Studia Etnologiczne i Antropologiczne” 2014, T. 14: *Globalizacja jako wyzwanie dla zachowania i upowszechnienia dziedzictwa kulturowego w Europie Środkowo-Wschodniej*. Red. H. RUSEK, J. SZCZYRBOWSKI, s. 28–43.