

Dziedzictwo kulinarne elementem atrakcyjności turystycznej regionu

Culinary heritage as an element of tourism attractiveness of the region

Jan Krupa

Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie
Katedra Turystyki i Rekreacji
ul. Sucharskiego 2, 35-225 Rzeszów
e-mail: jkrupa@wsiz.rzeszow.pl

Abstract. The cultural tradition as well as an expressive identity constitute the most essential symptoms of the nation's vitality or inhabitants of the region. The production of traditional dishes is a chance for the local and the regional culinary heritage promotion, as well as for the local enterprises stimulation. The products and cuisine, deep-rooted in the history, tradition and habits, decide about culinary attractiveness of many regions in Poland.

The aim of the study is to show the meaning of the Old Polish cuisine, as an element of the region attractiveness, as well as, based on the Old Polish cuisine, creating an attractive tourist product.

Results of the survey research and interviews among inhabitants of Lublin and restaurant owners in the range of interest in the Old Polish cuisine are presented.

Based on the results, poor promotion of the specific product can be seen. Some restaurants, although big ones and with an impressive menu, unfortunately they don't have strong enough advertising. Some of them can not even be found on the Internet, because they do not have their own websites.

Słowa kluczowe: dziedzictwo kulinarne, atrakcyjność turystyczna, produkt turystyczny

Key words: culinary heritage, tourism attractiveness, tourist product

Wstęp

Dziedzictwo kulinarne stanowi istotny element składowy dziedzictwa kulturowego. Produkty tradycyjne i regionalne są doskonałą formą prezentowania narodowych zwyczajów, odgrywając równocześnie istotną rolę w pielęgnowaniu dziedzictwa.

Wyrób tradycyjnych potraw jest okazją do promocji lokalnego i regionalnego dziedzictwa kulinarnego, a także pobudzania lokalnej przedsiębiorczości. Produkty lokalne i regionalne, głęboko osadzone w historii, mające swoje korzenie w tradycji i obyczajach, stanowią o atrakcyjności kulinarnej wielu regionów Polski (Russak 2007 s. 5), w tym także Lubelszczyzny. Unia Europejska w specjalny sposób chroni i promuje tożsamość regionalną i narodową poprzez produkty i kuchnie.

Celem opracowania jest przedstawienie dziedzictwa kulinarnego jako atrakcji turystycznej oraz potencjalnego produktu turystycznego, na przykładzie lokalnych i regionalnych potraw z województwa lubelskiego.

Przedstawiono ponadto fragmentarycznie wyniki przeprowadzonych badań ankietowych i wywiadów wśród mieszkańców Lublina i okolic oraz restauratorów w zakresie zainteresowania potrawami kuchni staropolskiej.

Dziedzictwo kulinarne na usługach turystyki

Najprościej można powiedzieć, że produkt lokalny jest czymś, co mieszkańcy danego terenu uważają za tradycyjne i pospolite, a osoby z zewnątrz za specyficzne i niepowtarzalne (www.produktlokalny.pl). Promowanie wyrobów lokalnych wymaga dużych zabiegów organizacyjnych. Trzeba też wyszukiwać stare receptury, czynnie uczestniczyć w targach, pokazach, konkursach, organizować degustacje wyrobów. Udział producentów żywności tradycyjnej w organizowanych wystawach, targach, okazjonalnych imprezach kulinarnych, a zwłaszcza w konkursach ogólnopolskich, jak „Nasze Kulinarne Dziedzictwo” jest wstępem do kolejnych działań takich, jak umieszczenie wyrobu na Liście Produktów Tradycyjnych Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi, a nawet rejestracja jego nazwy na szczeblu unijnym. Podstawą wpisu produktu na Listę Ministerstwa jest jego jakość lub wyjątkowe cechy i właściwości wynikające ze stosowania tradycyjnych metod produkcji. Za takie uważa się metody wykorzystywane od co najmniej 25 lat (Ustawa z dn. 17 grudnia 2004 r. o ochronie i rejestracji nazw i oznaczeń produktów rolnych i środków spożywczych oraz o produktach tradycyjnych).

Istotną korzyścią wpisu wyrobu na Listę Ministerstwa jest wzrost popytu na ten produkt oraz wzrost zainteresowania regionem, z którego on pochodzi. Jest to również ważny element promocji producenta oraz podniesienie wartości rynkowej produktów (Kamińska 2007 s. 5). Działania te mają również zachęcać do rejestrowania nazw produktów na szczeblu unijnym w celu uzyskania prawa do oznaczeń takich, jak: Chroniona Nazwa Pochodzenia, Chronione Oznaczenie Geograficzne czy Gwarantowana Tradycyjna Specjalność. Jednym ze sposobów podkreślających wyjątkową jakość produktów tradycyjnych i regionalnych jest oznaczenie znakiem towarowym „Jakość, Tradycja”.

Dobre praktyki promujące region i kulturę ludową powinny obejmować wsparcie ze strony wielu instytucji. W przypadku inicjatyw podejmowanych przez władze wojewódzkie i organizacje wspierające turystykę, podejmowane działania wynikają, m.in. z zakresu ich obowiązków, natomiast w przypadku mediów – o zachowaniach wspierających często decyduje właściwie rozumiana misja.

Produkty lokalne i regionalne województwa lubelskiego

Lubelszczyzna od dawna słynie z produkcji smacznych i zdrowych wyrobów żywnościowych. Może się poszczycić bogatym dziedzictwem kulinarnym oraz produktami, które cieszą się wielką popularnością wśród konsumentów miejscowych oraz przyjezdnych. Aby te specjalia zachwycały szersze grono odbiorców, organizowane są cykliczne imprezy kulinarne dla społeczności regionu oraz mieszkańców Lublina.

Lubelszczyzna jest regionem o dominującym sektorze rolniczym, stąd ludzie kultywują tradycje kuchni staropolskiej. Wytwarzanie tradycyjnych produktów żywnościowych staje się naturalnym kierunkiem rozwoju lokalnego. Przykładem może być wypiek tradycyjnego chleba, który przyczynia się nie tylko do zaspokojenia potrzeb konsumentów, ale również ma podłoże tradycyjne. Dla przykładu chleb lubelski, chleb chełmski czy cebularz lubelski, posiadają historię sięgającą czasów średniowiecznych.

Kultywowanie tradycji zauważyć można także w obrębie branży masarskiej. Rynek wyrobów mięsnych i wędliniarskich ma w tym przypadku znaczenie lokalne. Produktami specyficznymi są np. kaszanka, czy kielbasa nadwieprzańska, której tajemnica smaku tkwi w wędzeniu dymem z drewna olchowego.

Obecnie producenci z województwa lubelskiego mogą się poszczycić produktami lokalnymi, które promują region. Przykładem mogą być wyroby pochodzące z małej wsi Kąkolewnicy, położonej 90 km od Lublina, słynącej, co najmniej od początku XX wieku z wyrobu pierogów. Ich popularność spowodowała, że mieszkańców wsi od dawna nazywa się „pierożnikami”. Gospodynie słyną z wyrobu pieczonych pierogów z makiem, owocami (gruszkami, jabłkami, dżemem), soczewicą, kapustą i grzybami. Oprócz pierogów poszczycić się mogą, m.in.: marchwiskami i racuchami z makiem, parowańcem z kaszą jaglaną i serem. Produkty te wpisane są na Listę Produktów Tradycyjnych Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi.

Godny odnotowana jest również przepis kiszenia ogórków i kapusty przez gospodynie z powiatu kraśnickiego. Sposób przechowywania ogórków i kapusty jest znany od wieków, ale wieś Rzeczycza Ziemiańska, na której terenie odbywa się produkcja tych wyrobów, charakteryzuje się specyficznym mikroklimatem. Producenci z woj. lubelskiego zarejestrowali na Liście Ministerstwa 55 produktów tradycyjnych (październik 2009 r.), co plasuje ich na piątym miejscu w Polsce. Wśród zarejestrowanych produktów z grupy „Gotowe dania i potrawy” na podkreślenie zasługują pierogi nowodworskie, parowańce z kaszą jaglaną i serem oraz zawijas nasutowski, ponadto pieróg biłgorajski (zwany „krupniakiem”), który jest arcydziełem staropolskiej kuchni i zbiera słowa uznania również w Unii Europejskiej (www.minrol.gov.pl). Godne odnotowania są miody pszczele, miody pitne oraz nalewki.

Dziedzictwo kulinarne województwa lubelskiego jako produkt turystyczny

Lubelszczyzna posiada niepowtarzalne walory przyrodnicze i historyczne. Niewątpliwie jednak o walorach tego regionu świadczy również bogato zakorzeniona tradycja kulinarna i gościnność. Wiadomo, że czas posiłku to czas niezwykle, który poświęca się na bycie razem, na rozkoszowanie się smakiem oraz dzielenie się radością i życiem towarzyskim.

Badania ankietowe prowadzone na terenie województwa wskazują, że wyroby kulinarne cieszą się coraz większą popularnością wśród turystów, stąd też śmiało można je nazwać produktem turystycznym. Restauracje serwujące dania kuchni staropolskiej są licznie odwiedzane zarówno przez mieszkańców Polski, jak i obcokrajowców. Coraz większe zainteresowanie, zwłaszcza wśród zagranicznych turystów, wywołują kulinarne zwyczaje świąteczne. Zarówno Boże Narodzenie, jak i Wielkanoc są kulminacją roku kulinarnego, a potrawy ze stołów świątecznych stanowią kwintesencję smaków regionu.

Restauracje, karczmy i zajazdy z klimatem staropolskim stanowią symbol tego, co najlepsze w polskiej sztuce ludowej i kulinarnej. Turyści z Polski, jak też z zagranicy, przekraczając progi lubelskich lokali gastronomicznych mają okazję degustować tradycyjne potrawy i napitki oraz doznawać polskiej gościnności.

Jednym z czynników determinujących rozwój turystyki wiejskiej i kulinarnej na ziemi lubelskiej jest konieczność stałego doskonalenia produktu turystycznego. Należy zatem stworzyć zróżnicowane pakiety ofert czynnego wypoczynku uwzględniające, poza walorami przyrodniczymi, także bogate dziedzictwo kulturowe i historyczne regionu, a także i tradycje w zakresie zdrowej, polskiej żywności (Ogrodowska 2007 s. 212, 218).

Podawanie tego typu potraw w miłej, rodzinnej atmosferze, przy regionalnej scenerii sprawia gościom radość i daje lepsze samopoczucie, pozwalając im przenieść się, choćby na chwilę jakby do innego świata, w którym być może żyli ich przodkowie. Takie przeżycia silnie rozbudzają wyobraźnię, szczególnie dzieci i są przejawem naturalnej tęsknoty do tradycji. Odpowiednia oprawa i atmosfera stołu sprawiają, że wakacje na wsi pozostawiają na długo dobre wspomnienie.

Ocena znaczenia potraw tradycyjnych Lubelszczyzny w aspekcie przeprowadzonych badań

Materiał i metodyka badań

Celem badań była ocena świadomości konsumentów i restauratorów w zakresie znajomości i preferencji potraw kuchni regionalnej, ponadto ustalenie znaczenia tego rodzaju potraw jako elementu atrakcyjności turystycznej województwa lubelskiego. Ocena tych zagadnień została przedstawiona z wykorzystaniem wyników badań przeprowadzonych przez Ewelinę Styczyńską, studentkę Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie, wykonanych pod kierunkiem Jana Krupy.

Badania ankietowe przeprowadzono na przełomie maja i czerwca 2008 roku. Uczestniczyło w nich 50 respondentów będących klientami wybranych lokali gastronomicznych na terenie Lublina. Respondenci musieli samodzielnie wskazać znane im lokale oraz potrawy, które kojarzą się z terminem tradycyjnych „potraw staropolskich”. Osoby biorące udział w ankiecie to mieszkańcy Lublina oraz przyjezdni, odwiedzający lokale z kuchnią staropolską. Wiek osób biorących udział w ankiecie mieścił się w przedziale od 35 do 50

lat. Ankietowana grupa deklarowała w większości średnie wykształcenie. Z uwagi na możliwość wyboru kilku zasugerowanych odpowiedzi, przedstawione w analizie wyników badań wartości procentowe po zsumowaniu mogą przekraczać wartość 100.

Dodatkową formą badań były wywiady przeprowadzone z właścicielami lub menadżerami lokali gastronomicznych jak: Gospoda Sielsko Anielsko, Karczma Bida, Chata Swojska Strawa serwującymi potrawy kuchni staropolskiej.

Wyniki badań i ich omówienie

W niniejszym opracowaniu przedstawiono tylko wyniki badań ankietowych. Oceniając nastawienie klientów do tradycyjnej kuchni staropolskiej stwierdzono, że są oni zainteresowani lokalami, które serwują tego rodzaju potrawy. Dodatkowo stanowi to bardzo interesującą i „smaczną” odmianę tego, co klienci spożywają na co dzień. Stwierdzono, że 60% respondentów kilka razy w miesiącu stołuje się poza domem i chętnie wybiera z menu potrawy tradycyjne, natomiast 30% ankietowanych sporadycznie korzysta z usług lokali gastronomicznych.

W pytaniu: z czym kojarzy się nazwa kuchni staropolskiej? – respondenci mieli za zadanie wskazać trzy odpowiedzi z sześciu zawartych w ankiecie. Najwięcej odpowiedzi wskazywało na to, że kuchnia staropolska kojarzy się przede wszystkim z rodzimymi surowcami (75%), następnie ze smacznymi potrawami (65%) oraz z tłustymi i niezdrowymi wyrobami (40%).

Na pytanie, czy promowanie kuchni staropolskiej w województwie lubelskim jest potrzebne, aż 55% respondentów odpowiedziało twierdząco, uzasadniając wskazaną odpowiedź tym, że promocja kuchni staropolskiej jest ważna, ponieważ należy promować to, co dobre i polskie oraz zdrowe. Według respondentów, potrawy kuchni staropolskiej są smaczne (95%), poza tym większość osób stwierdziła, że w regionie jest dość duża liczba obiektów gastronomicznych, w których serwowane są potrawy tradycyjne i regionalne.

Na pytanie dotyczące promowania kuchni staropolskiej i wpływu, jaki może ono mieć na rozwój turystyki w całym regionie, zdecydowana większość respondentów (65%) opowiedziała się za potrzebą prowadzenia intensywnej akcji promującej dziedzictwo kulinarne regionu, natomiast 40% osób nie posiadało wiedzy w tym zakresie.

Podsumowanie i wnioski

Dziedzictwo kulinarne może stać się produktem turystycznym województwa lubelskiego, a nawet więcej – już nim jest. Restauracje serwujące dania staropolskie mają rzesze klientów i cieszą się ogromną popularnością. Jednym z podstawowych problemów jest ich liczba – duża, ale wciąż mała w stosunku do przybywających turystów oraz mieszkańców zgłaszających popyt na tego rodzaju produkty.

Zauważa się ponadto zbyt słabą promocję. Niektóre restauracje, choć duże i z bogatym menu, niestety, nie posiadają wystarczająco dobrej reklamy, niektórych nie można odnaleźć w Internecie, gdyż nie posiadają własnych stron. Kuchnia staropolska może stanowić jeden z istotnych elementów atrakcyjności turystycznej regionu, pod warunkiem, że będzie wspomagana intensywną działalnością promocyjną.

Produkcja i sprzedaż produktów tradycyjnych oraz serwowanie potraw regionalnych są szansą dla mieszkańców polskich obszarów wiejskich i małych producentów, zatem dla tych, którzy są związani z miejscem wytwarzania danego wyrobu, czy miejscem pochodzenia surowca lub technologii. Są wreszcie szansą na zagospodarowanie lokalnych zasobów, do których należy wiedza i świadomość tradycji na danym terenie, szansą na rozwój szeroko pojętej turystyki wiejskiej i usług gastronomicznych oraz turystyki kulinarnej.

Ogromne znaczenie dla skutecznej walki z bezrobociem i zwiększaniem dochodów ludzi mieszkających na obszarach wiejskich ma uruchamianie produkcji żywności, w której wartością dodaną jest dziedzictwo kulinarne przekazywane z pokolenia na pokolenie. Takie tradycyjne produkty oferowane na rynku w formie sprzedaży bezpośredniej są realnym sposobem na rozwój regionalny (Russak 2005 s. 61-67).

Z sondażu ankietowego z klientami, stołującymi się w lokalach Lublina wynika, iż znaczna ich część bardzo sobie ceni bogactwo kulinarne kuchni staropolskiej. Poza tym, większość ankietowanych gotowa jest wspierać tradycje kulinarne województwa dla podniesienia walorów turystycznych całego regionu.

Na podstawie analizy wyników przeprowadzonych badań można sformułować kilka wniosków:

1. Mieszkańcy i władze ziemi lubelskiej zdecydowanie dbają o zachowanie regionalnych tradycji, w tym w dużej mierze tradycji kulinarnych.
2. Społeczeństwo gustuje coraz bardziej w tym, co dobre, co polskie – dlatego potrawy staropolskie można traktować jako specyficzny produkt turystyczny regionu.
3. Lubelscy restauratorzy serwując dania kuchni staropolskiej zyskują na popularności i rentowności, a specyficzny wystrój ich lokali stwarza odpowiedni nastrój.
4. Z opinii restauratorów wynika, że klientów zainteresowanych potrawami kuchni staropolskiej jest, z roku na rok coraz więcej. Rodzaj klienta jest zróżnicowany.

Literatura

Kamińska I., 2007. Powrót do tradycji, „Wiedza i Jakość”, nr 1 (6).

Ogrodowska B., 2007. Polskie tradycje i obyczaje rodzinne, Wydawnictwo Muza S.A., Warszawa.

Russak G., 2007. Rola produktów regionalnych, lokalnych i tradycyjnych w rozwoju regionu, „Podkarpackie zaprasza smakiem”, nr 0(1).

Russak G., 2005. Idea produktów regionalnych i lokalnych w Unii Europejskiej. In: O produktach tradycyjnych i regionalnych. Możliwości a polskie realia, (ed.), Gąsiorowski M., Fundacja Fundusz Współpracy, Warszawa.

Ustawa z dn. 17 grudnia 2004 r. o ochronie i rejestracji nazw i oznaczeń produktów rolnych i środków spożywczych oraz o produktach tradycyjnych (Dz. U. z 2005 r., Nr 10, poz. 68 z późn. zm.).

www.minrol.gov.pl

www.produktlokalny.pl

