

Między lokalnym iwentem a turystycznym megaiwentem kulinarnym

Przygody Festiwalu Smaku w Grucznie

Aleksandra Kleśta-Nawrocka

Rafał Kleśta-Nawrocki

Gruczno i Festiwal – głosem przewodnika

Niewiele dziś jest miejsc, które ustrzegły się przed narracją przewodnika turystycznego. Gruczno i Festiwal nie stanowią wyjątków w tym zakresie, spora w tym zresztą zasługa podmiotów i zjawisk, o których będzie w tym tekście mowa. Wiemy, że przewodniki turystyczne nie są niewinne, to dzięki nim widzimy to, co widzimy, czyli to, co widzieć powinniśmy. A co powinniśmy wiedzieć, gdy chcemy pojechać do Gruczna i na Festiwal Smaku?

Gruczno (ok. 1,4 tys. mieszkańców)¹ to wieś położona w Dolinie Dolnej Wisły w województwie kujawsko-pomorskim. Blisko stąd do Chełmna (19 tys. mieszkańców)² i Świecia (25 tys. mieszkańców)³; w odległości około 50 kilometrów znajdują się większe miasta: Bydgoszcz (ok. 356 tys. mieszkań-

ców) i Toruń (ok. 202 tys. mieszkańców)⁴. Okolice Gruczna to niezwykle malowniczy teren – usiany pagórkami i wzniesieniami, dolinkami i zboczami; kształt swój zawdzięcza Prawiśle, która wyrzeźbiła dolinę o szerokości od 5 do 9 kilometrów. Obecnie największą polską rzekę okalają wały, a za nimi pola, sady i wiejskie gospodarstwa. Nie bez znaczenia pozostają ślady osadnictwa menonitów przybyłych z Fryzji i Niderlandów w XVI i XVII wieku. To po nich właśnie pozostał materialny ślad w postaci drewnianych chat, wałów przeciwpowodziowych, rowów melioracyjnych, sadów i rzędów wierzb. Zaledwie kilka kilometrów od Gruczna, w Chrystkowie, stoi okazały dom „pomenonicki” z 1770 roku. Urokliwość kujawsko-pomorskiego odcinka Doliny Dolnej Wisły i unikatowość walorów przyrodniczych tego regionu sprawiły, iż znalazł się on pod opieką obecnego Zespołu Parków Krajobrazowych

¹ Urząd Miejski w Świeciu, Sołectwa, <http://www.swiecie.eu/pl/page/so%C5%82ectwa> (12.12.2016).

² Urząd Miasta w Chełmnie, Biuletyn Informacji Publicznej, <http://www.bip.chelmno.pl/?cid=8> (12.12.2016).

³ Urząd Miejski w Świeciu, Biuletyn Informacji Publicznej, <http://bip.swiecie.eu/?cid=8> (12.12.2016).

⁴ Rocznik Statystyczny 2016, Główny Urząd Statystyczny, <http://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/roczniki-statystyczne/roczniki-statystyczne/rocznik-demograficzny-2016,3,10.html> (4.11.2016).

Chełmińskiego i Nadwiślańskiego⁵. Promowaniem walorów przyrodniczych, historycznych i kulturowych regionu zajęło się także powstałe w 1997 roku Towarzystwo Przyjaciół Dolnej Wisły z siedzibą w Grucznie⁶. W liczącym zaledwie ponad tysiąc mieszkańców Grucznie powstał również oddział Slow Food – międzynarodowej organizacji liczącej ponad 100 tysięcy członków w 153 krajach⁷.

Te trzy podmioty – Zespół Parków Krajobrazowych Chełmińskiego i Nadwiślańskiego, Towarzystwo Przyjaciół Dolnej Wisły oraz Slow Food Convivium Gruczno – były od wielu lat głównymi organizatorami Festiwalu Smaku. Od 2006 roku każdego sierpnia na terenach przy XIX-wiecznym młynie ma miejsce wydarzenie, które jest osią naszych rozważań w tym artykule. Festiwal Smaku w Grucznie, na co zwracają uwagę autorzy przewodników, jest kolejnym etapem ewolucji wcześniejszych imprez, przede wszystkim Święta Miodu zorganizowanego w 2005 roku w oddalonym o 2 kilometry od Gruczna Chrystkowie⁸. Festiwal w ciągu kilku lat z lokalnego jarmarku zmienił się w wydarzenie ogólnopolskie i stał się ważną krajową imprezą tego typu. Jego organizacja wymaga nakładu pracy i całorocznych przygotowań. Między innymi na jego potrzeby zagospodarowany został teren malowniczej doliny, który służy wystawcom. Teren ów zresztą, podobnie jak i sam młyn, był zaniedbany, dopiero aktywność członków powyższych podmiotów doprowadziła do uratowania oraz oddania ich do publicznego zwiedzania. Samo miejsce odróżnia tę imprezę kulinarną od innych, zlokalizowanych na przykład w uporządkowanych przestrzeniach miejskich. Są tego świadomi organizatorzy, którzy we własnych publikacjach podkreślają: „niewątpliwym atutem Festiwalu Smaku jest miejsce, w którym się odbywa – malownicza polana przy zabytkowym młynie, nad Strugą Młyńską, w bezpośrednim sąsiedztwie rezerwatu przyrody i średniowiecznego grodziska”⁹.

My badacze, my działacze

Zgromadzone w tym artykule przykłady, nasza wiedza i doświadczenie są wynikiem wieloletnich badań etnograficznych realizowanych w Dolinie Dolnej Wisły, w szczególności w okolicy Gruczna. Od lat prowadzimy taki rodzaj badań, w których możliwe, pożądane, a niekiedy konieczne są: aktywność, uczestnictwo, działania wspólne i animacyjne. Byliśmy zaangażowani w organizację wielu wydarzeń i przedsięwzięć w regionie, o różnym znaczeniu i zasięgu, część z tych działań bezpośrednio animowaliśmy. W ten sposób zawiązaliśmy relacje z mieszkańcami, lokalnymi liderami i aktywistami.

Braliśmy udział jako współorganizatorzy w kolejnych edycjach Festiwalu od 2011 roku. Byliśmy świadkami, obserwatorami, badaczami, ale też uczestnikami zmian, jakie przechodziła opisywana impreza na przestrzeni lat 2011–2016. Sami przechodziliśmy zmiany, na przykład od zaangażowanego antropologa-animatora z miasta po mieszkańca tutejszych wiosek. Byliśmy także formalnie zatrudnionymi pracownikami i współpracownikami Zespołu Parków Krajobrazowych. Wstąpiliśmy do Slow Food Convivium Gruczno.

Nasza sytuacja badawcza była i jest dość dziwna, ale i dogodna dla prowadzenia obserwacji. Mogliśmy uczestniczyć w spotkaniach organizatorów, tak zwanego komitetu sterującego, i obserwować Festiwal niejako „od środka”, żeby nie powiedzieć „od kuchni”. Umożliwiło nam to kontakt z osobami decydującymi o kształcie i przebiegu wydarzenia, pozwoliło na swobodne z nimi dyskusje oraz na obserwację całorocznych przygotowań. Ostatecznie, pomagając, przyjęliśmy na siebie obowiązki, które umożliwiły nam kontakt z miejscowymi ludźmi, zatrudnianymi w różnych formach i pomagającymi przy Festiwalu. Do naszych zadań należało między innymi rozstawienie i złożenie namiotów wystawowych, co czynione było wraz z miejscową młodzieżą; dbanie o rozstawione już namioty w trakcie imprezy, co pozwalało na kontakt z wystawcami; fotografowanie przygotowań i samego Festiwalu, co umożliwiło dość drobiazgową obserwację i sporządzenie dokumentacji. Chętnie podejmowaliśmy wszelkie wspólne prace fizyczne przed imprezą, w jej trakcie i po niej. Jednocześnie wykonywaliśmy prace merytoryczne związane z tworzeniem Festiwalu, jego ofertą, promocją i wizerunkiem. Organizowaliśmy spotkania, konferencje i wydarzenia w jego trakcie. Wychodziliśmy

⁵ Zespół Parków Krajobrazowych Chełmińskiego i Nadwiślańskiego, <http://parki.kujawsko-pomorskie.pl/zpckhin> (9.10.2016).

⁶ Towarzystwo Przyjaciół Dolnej Wisły, <http://www.tpdw.pl/> (9.10.2016).

⁷ Slow Food International, <http://www.slowfood.com/>, Slow Food Polska, <http://www.slowfood.pl/> (9.10.2016).

⁸ *Festiwal Smaku w Grucznie*, [w:] J. Luterek-Cholewska (red.), *Bedeker Gruczeński*, Gruczno 2007, s. 57.

⁹ W. Bykowski, R. Gonia, J. Pająkowski (red.), *Dolina Dolnej Wisły. Zespół Parków Krajobrazowych Chełmińskiego i Nadwiślańskiego*, Świecie 2011, s. 57–59.

z założenia, że wspólna praca, współobecność są dobrą drogą poznania i zrozumienia.

Iwentyzacja smaku. Między iwentem a megaiwentem

Organizatorzy Festiwalu Smaku w Grucznie, a właściwie zawężony do kręgu kilkunastu osób tak zwany komitet sterujący, w tym osoby odpowiedzialne za selekcję zgłoszeń, wyłaniają ponad setkę wystawców. W trakcie dwóch dni Festiwalu Gruczno odwiedza kilkadziesiąt tysięcy turystów, zarówno tych, którzy kupują, jak i tych, którzy tylko oglądają, zwiedzają i degustują. Festiwal to także konkursy; powołane specjalnie jury przyznaje potrawom w osobnych kategoriach tytuły Smak Roku i Miód Roku. W 2012 roku przyznano jednorazowo tytuł Źródło Zmian – dla tych producentów masowych, którzy wprowadzają i inspirować pozytywne zmiany rynkowe z pełnym poszanowaniem klienta. Na samym Festiwalu ma także miejsce Turniej Nalewek, a do 2015 roku na terenie przy młynie odbywał się widowiskowy Turniej Kucharzy oraz Turniej Carvingowy. Festiwal przyznawał także nagrodę za wydawnictwo kulinarne roku. W 2012 roku specjalnie z okazji Festiwalu wydano broszurę z historycznymi przepisami kulinarnymi z regionu¹⁰. Odbywają się także śniadania prasowe, a nawet seminaria czy konferencje.

Poza atrakcjami kulinarnymi podziwiać można pokazy wypasu owiec, pokazy pracy psów pasterskich czy pokazy starych maszyn rolniczych. Przez kilka edycji na terenie Festiwalu pojawiali się nawet ułani. Sądząc po tysiącach odwiedzających, setkach samochodów, obecności prasy i telewizji, pojawianiu się oficjeli lokalnych i krajowych, zagranicznych gościach, a także rosnącej liczbie zgłaszających się wystawców – zamierzenia organizatorów są realizowane.

Trudno uznać, by pierwotne założenia i początki Festiwalu zmierzały w prosty i dookreślony sposób do dzisiejszego kształtu imprezy. Wiele osób związanych z nią od początku podkreśla zaskoczenie jej obecnym masowym charakterem. W tym sensie dość prosta formuła iwentu poświęconego trady-

cyjnej i regionalnej żywności, jakich przecież wiele, przybiera postać megaiwentu. Ma to swoje dobre i złe strony w opinii organizatorów i odbiorców. Niewątpliwie jednak specyfika wydarzenia o charakterze megaiwentu może prowadzić i prowadzi do zatarcia czy niemożliwości realizacji pierwotnych założeń, szczególnie jeśli założenia te były osadzone w kontekście lokalnym. Sama zresztą iwentyzacja, a tym bardziej przekształcenie ograniczonego w czasie i przestrzeni iwentu w nieustannie przygotowywany i rozrastający się megaiwent nie muszą idealnie korespondować z doświadczeniem społeczności wiejskich.

Stopień logistycznych trudności w wypadku organizacji Festiwalu Smaku w Grucznie jest z roku na rok coraz wyższy. Niewielka wieś potrzebuje zmiany organizacji ruchu, stworzenia kilku placów parkingowych, wynajęcia działek. To wszystko wymaga uzgodnień z władzami, zarządem dróg, z mieszkańcami et cetera. W celach festiwalowych tworzona jest infrastruktura, zakładana i rozprowadzana instalacja prądu i wody, wzmacniane są odcinki wiejskich dróg dojazdowych, dostosowywany jest teren wiejskiej doliny, który staje się potencjalnym terenem wystawowym, podzielonym na sektory. Potrzeba dofinansowań łączy Festiwal i organizatorów z lokalną i krajową polityką; polityków pojawia się na Festiwalu od szczebla lokalnego po krajowy coraz więcej, są oni wpuszczani na scenę, pozwala im się przemawiać i wręczać nagrody. Festiwal wymaga też coraz większych nakładów promocyjnych; zwiastuny i relacje pojawiają się w prasie drukowanej, radiu i telewizji. Wydarzenie jest opisywane przez blogerów i w mediach społecznościowych na poziomie krajowym i międzynarodowym. Impreza jest tak atrakcyjna, że prezentują się na niej wystawcy i goście zagraniczni. Jedno z biur podróży zdecydowało się na umieszczenie wyjazdu na Festiwal w swojej ofercie. Żółty przewodnik, słynny i prestiżowy *The Yellow Guide Gault & Millau*, wyznaczając godne uwagi miejsca zakupowe, w tonie chyba lekko przesadzonym opisał gruczeński megaiwent: „W małej wiosce w regionie Dolnej Wisły co roku pod koniec sierpnia odbywa się największe w Polsce święto dobrego jedzenia i rzemieślniczych producentów. Rozmach przedsięwzięcia porównać można z karnawałem w Rio. Setki wystawców, aleje miodu, sera, pokazy kulinarne i koncerty zespołów ludowych. Do tego największy w Polsce konkurs nalewek i destylatów, konkurs

¹⁰ Półgęski, czarnina i karp w piernikach. Przepisy kulinarne z najstarszych książek kucharskich z regionu kujawsko-pomorskiego, wyd. i oprac. J. Dumanowski i A. Kleśta-Nawrocka, Gruczno 2012, s. 55.

Smak Roku oraz zawody dla profesjonalnych szefów kuchni. A wszystko to na kilku hektarach malowniczych łąk¹¹.

Czy w Grucznie jest jak w Rio? To pytanie, na które trudno odpowiedzieć. W przypadku wielu iwentów, a już megaiwentów w szczególności, ich medialny wizerunek jest istotniejszy od realnego przebiegu wydarzenia. Działania organizatorów, ale i splot wielu okoliczności, składają się na powstający wizerunek wydarzenia, który jest częścią samego iwentu. W tym sensie iwent i megaiwent paradoksalnie w skrajnym przypadku nie potrzebują samego wydarzenia.

Oczywiście, sytuacja, w której znalazł się Festiwal, przechodząc od lokalnego iwentu do turystycznego megaiwentu, budzi też kontrowersje. Sama festiwalizacja, która może stanowić część radosnej formy iwentyzacji, jest poddawana krytyce, ale stanowi również reakcję na pewne zapotrzebowanie odbioru kultury. Wiele miast i regionów podejmuje dziś przez stworzenie rozpoznawalnej marki festiwalowej wysiłek promocji danego obszaru lub miejscowości. Festiwal jako znaczące wydarzenie, szczególny iwent, ma zatem przykuwać uwagę głównie turystów i stanowić ofertę skierowaną „na zewnątrz”. Pośród różnorodnych festiwali coraz większą część stanowią festiwale związane bezpośrednio lub pośrednio z jedzeniem, ze smakiem. W tym sensie mamy do czynienia z festiwalizacją i iwentyzacją smaku. Wydarzenia tego rodzaju skupiają się na konkretnej potrawie i promują ją (zaliczyć tu można choćby takie przedsięwzięcia, jak Święto Chleba, Święto Śliwki, Festiwal Pstrąga, Święto Mąki, Dni Karpia, Festiwal Zalewajki, Święto Rydza, Święto Wina, Festiwal Piwa, Festiwal Korowaja, Święto Kapusty, Święto Pieczonego Ziemniaka etc.) bądź jedzenie i dobry smak najogólniej rozumiane (analizowany tutaj Festiwal Smaku w Grucznie, ale i inne imprezy: Europejski Festiwal Smaku w Lublinie, Małopolski Festiwal Smaku, Ogólnopolski Festiwal Dobrego Smaku w Poznaniu, Festiwal Dobrego Smaku w Łodzi, Święto Produktu Tradycyjnego w Gdańsku etc.). W ten sposób każdorazowo dokonuje się promocja regionu, miasta czy innych miejsc, w których imprezy te się odbywają. Akcent zostaje położony na to, co „lokalne”, „tradycyjne”, „rodzime”.

Przedsięwzięcia związane z jedzeniem wpisują się w pejzaż lokalnych inicjatyw, jednocześnie jednak mogą często lekceważyć samą lokalność. Do kogo

są one bowiem skierowane? Na ogół inicjatywy tego typu służą promocji „na zewnątrz”, to znaczy mają na celu przyciągnąć turystę, w tym przypadku turystę kulinarnego, który przyjeżdża na jeden lub kilka dni i korzysta z określanej jako regionalna propozycji turystycznej. Konstruowana w ten sposób oferta turystyczna może się mijać z potrzebami lokalnej społeczności i całkowicie ignorować jej charakter. Może się mijać z wyobrażeniem kuchni regionalnej, jakie mają mieszkańcy danego miejsca, i w całości nie stanowić oferty dla nich. Jednocześnie festiwal czy inne wydarzenie, nawet obojętnie czy chłodno traktowane przez miejscowych, może ostatecznie wywierać wpływ i określać ich samych. Może wywoływać zmiany, którym lokalne społeczności podlegały przecież zawsze. Sama zaś formuła festiwalu może kompensować i upubliczniać określone treści i wartości lokalne, które łatwo dziś wyrazić i komunikować w iwentowych formach, które wreszcie podejmują swoistą konkurencję, w tym konkurencję na rynku turystyki. Co istotne, formuła festiwalowa może też być wyznaczana przez cechy i preferencje odbiorcy; te zaś wydają się wychodzić naprzeciw organizowanym festiwalom. Figura turysty podejmującego kulinarną przygodę, konsumenta smakowych doznań, uczestnika festiwalowych wydarzeń nie jest bynajmniej rzadką formą współczesnej partycypacji w kulturze. Ów splot – lokalności i turystyki kulinarnej – wydaje się niezwykle interesujący, a wzajemna gra w tym względzie w podejmowanych działaniach i konkretnych rozwiązaniach może stanowić dogodny pole obserwacji.

Między lokalnością a turystyką kulinarną

Festiwal Smaku w Grucznie pod wieloma względami nie należy do typowych iwentów. Skupiający się wokół niego ludzie działają właściwie przez cały rok. Związane jest to z koniecznością przygotowywania kolejnych imprez składających się na całoroczne niemal kalendarium, ale także i z utrzymaniem infrastruktury służącej przedsięwzięciu. Szczególnie ważne wydaje się to w kwestii produktów spożywczych, gdyż niezbranie, nieprzerobienie, niewypieczenie i inne niezrobienie czegokolwiek we właściwym czasie uniemożliwiłoby sprawne przeprowadzenie późniejszych przedsięwzięć. Takie iwenty, jak choćby Dni Otwarte Sadów czy

¹¹ Gault&Millau. Polska. Żółty przewodnik 2017, s. 118.

Weekend z Menonitami w Chrystkowie, smażenie powideł w Grucznie, Alchemia i Amory w Kuchni w walentynki (odbywające się w Chełmnie – „mieście miłości”), cięcie lodu na jeziorze w Topolnie, warsztaty wielkanocne i nieskończona liczba innych warsztatów związanych z jedzeniem (warsztaty serowarskie, gęsiny itp.) – wymagają całorocznego zaangażowania i obecności na miejscu. Wymagają pomieszczeń do przechowywania jedzenia, urządzeń do jego przetwarzania, terenu do przeprowadzenia kolejnych inicjatyw, kontaktów lokalnych, nakładów pracy i finansowych. Tym wszystkim zajmują się osoby związane z Festiwalem, pracujące i działające we wspomnianych już podmiotach. Stanowią grupę dość labilną i trudną do jednoznacznego zdefiniowania, choć ostatecznie niezwykle skuteczną. Trzonem są ludzie mieszkający w okolicach Gruczna i Świecia, ale i dojeżdżający z Bydgoszczy oraz Torunia, a także właściwie z całej Polski. Akces do takiej grupy uwiarygodnia się jedynie własną aktywnością. Grupa zajmuje się sprawami logistycznymi i merytorycznymi, przygotowuje wydawnictwa, organizuje warsztaty i szkolenia et cetera. Obok niej są jednak jeszcze osoby, które muszą choćby kosić trawę, zrywać śliwki i jabłka, przycinać drzewa, sprzątać i dbać o teren, wypasać owce i tak dalej. To wszystko sprawia, iż w istocie Festiwal trwa cały rok.

Wymienione powyżej przykładowo liczne przedsięwzięcia mają na celu, podobnie jak Festiwal Smaku, promocję lokalnej żywności, tutejszych producentów i ogólnie pojętego regionu. Wyraźnie też wysiłek zmierza ku pobudzeniu tego rodzaju działań, rewitalizacji czy przywróceniu tradycyjnych metod produkcji pożywienia. Niekiedy starania siłą rzeczy przybierają postać kreacji. Zapomniane techniki wytwarzania i obróbki produktów żywnościowych, przygotowywania dań i potraw czy nawet hodowli i uprawy muszą być aplikowane na drodze intelektualnych rekonstrukcji. W tym miejscu zachodzi niezwykle interesujące zjawisko, coś bowiem, co pierwotnie było „lokalne”, a co zniknęło z pejzażu obecnej „lokalności”, zostaje jej przywrócone. Oczywiście, o statusie takiej rewitalizacji można mieć różne zdanie, a opinia o „swojskości” czy „obcości” danego elementu – produktu, potrawy – zależeć będzie zawsze od stanowiska zajmowanego w kwestii sensowności takich rekonstrukcji. Niemniej w kontekście prowadzonych tutaj rozważań należy zauważyć, że wysiłek organizatorów Festiwalu Smaku odpowiada raczej na zapotrzebowanie ze strony turystyki kulinarnej. To promocja regionu, „najazdy”

turystów ostatecznie zdecydowały o powodzeniu festiwalowego przedsięwzięcia. Taki obrót spraw wskazuje wyraźnie na współistnienie regionalnej promocji i turystyki z poziomem lokalnym i na wzajemne uwarunkowania w tym zakresie.

Na straży lokalności, regionalności, autentyczności stoją od początku organizatorzy Festiwalu Smaku w Grucznie. Już na etapie selekcji starają się promować producentów żywności lokalnej i tradycyjnej, pozbawiając miejsca na placu wystawowym tych, którzy chcieliby handlować produktami dostępnymi w sprzedaży powszechnej i pochodzącymi z produkcji masowej, oraz tych, którzy chcą jedynie pośredniczyć w sprzedaży. Zgodnie z deklaracjami w wywiadach prasowych i zapisach w regulaminie wybór dokonywany przez osoby decydujące o kwalifikacji na festiwalowy plac powinien podlegać dość restrykcyjnej procedurze, w której przewagę zyskiwać winni bezpośredni producenci, wytwórcy produktów tradycyjnych i regionalnych.

Same produkty winny być najwyższej jakości; wystawcy, którzy takie zaprezentowali w ubiegłych latach, a z czasem obniżyli loty, powinni tracić możliwość prezentacji w Grucznie. Organizatorom zależy na tym, by marka Festiwalu była jakością samą w sobie. Ma to znaczenie, gdyż wielokrotnie obserwowaliśmy przy okazji innych wydarzeń związanych z jedzeniem, a nawet na rynku warzywnym, iż wystawcy zaopatrują swoje stoiska w tablicę informacyjną oraz identyfikator z logo Festiwalu Smaku, które są im przydzielane w trakcie festiwalowych dni. Podobnie zresztą czynią z dyplomami w przypadku uzyskania lauru w danym konkursie.

Istotna wydaje się estetyka, która wytwarza aurę lokalności, tradycyjności, swojskości, wiejskości. Stanowi ona swoistą strategię lokalności podejmowaną wobec turystycznych zapotrzebowań i obowiązujących wyobrażeń w tym zakresie. Stoiska są oceniane i najładniejszemu zostaje przyznana nagroda. Nie jest niespodzianką, że atrybutami takiej estetyki stają się ludowe stroje, lniane szaty, tradycyjne narzędzia kuchenne, kolorowe aranżacje kwiatowe et cetera. Zresztą sam teren Festiwalu do takich wartości estetycznych również nawiązuje. Siłą rzeczy są to jego walory naturalne, gdyż dolina jest urokliwa, jednak jej uporządkowanie i aranżacja wielu elementów są już działaniami w pełni świadomymi. Miniskansen uli, zbiór starych pni, drewniane stoiska w tak zwanej alei serów, zwiezenie słomy, po której mogą skakać dzieci, są tymi elementami, które podkreślają wiejską estetykę terenu. Podobnie pasące się owce,

kozy, pokazy psów pasterskich, gęsi, kury, kaczki – choć realizują merytoryczne zamierzenie organizatorów, są niewątpliwie także składową budowanej konsekwentnie estetyki. Zresztą sam wybór placu wokół Starego Młyna, terenu położonego we wsi przecież, jest niestandardowy. Większość tego typu wielkich festiwali odbywa się bowiem w miastach. Organizatorzy wykonali tym samym dość ryzykowny ruch. Lepiej bowiem imprezę związaną z lokalnym, tradycyjnym, żeby nie powiedzieć wiejskim jedzeniem zorganizować w mieście. Wówczas potencjalny konsument, turysta kulinarny byłby na miejscu. Niemniej formuła Gruczna sprawdza się od lat i na miejsce przybywa kilkadziesiąt tysięcy osób.

Poniekąd Festiwal stworzony w małej wsi przez ludzi z miasta i wprzęgnięty w jej przestrzeń jest odpowiedzią na potrzeby ludzi mieszkających w mieście, gotowych skusić się na tradycyjno-ludowy charakter oferowanych produktów. Do Gruczna przyjeżdża, jak mawiają miejscowi, konsument „z grubym portfelem”. Niewielki odstek lokalnej społeczności bierze intensywny udział w organizacji i konsumpcji festiwalowych atrakcji. W istocie relacja miejscowych do samego Festiwalu jest różna i ambiwalentna. W pierwszej kolejności: jest za drogą. Produkt sprzedawany jako tradycyjny, regionalny, lokalny et cetera wymaga rzecz jasna większego nakładu pracy niż w przypadku produkcji masowej, jego zasoby są też na ogół ograniczone, a i sytuacja niecodziennego festiwalu może powodować podbijanie stawki. To wszystko wpływa na cenę. Produkt tradycyjny posiada jednak także swoją grupę docelową i w przypadku sprzedaży na Festiwalu tym targetem wydaje się przybyły z miasta turysta kulinarny, chcący wyłowić z masy produktów coś dla siebie czy nawet dokonujący zakupów na cały rok. Produkt spożywczy określany mianem lokalnego ma swą narrację i estetykę. „Wyrabiany niegdyś, z pokolenia na pokolenie, uzyskiwany z produktów naturalnych, smakuje jak u babci et cetera”, chleb wypiekany na liściu chrzanu, inne produkty zapakowane w serwetki z ludowymi motywami – taka narracja i estetyka niekoniecznie musi trafiać w miejscowe gusta. Te elementy w połączeniu z wysoką ceną mogą być przez członków lokalnej społeczności odczytywane jako gra z miejskim konsumentem. Powstaje więc pytanie, czy lokalna ludność identyfikuje się z jedzeniem sprzedawanym jako lokalne i tradycyjne, czy identyfikuje się z Festiwalem.

Wreszcie wystawcy to niekoniecznie również osoby z pokolenia na pokolenie wyrabiające trady-

cyjne produkty, na przykład ser. Między innymi po to właśnie organizatorzy podejmują trud prowadzenia warsztatów, by techniki tradycyjnego wyrobu wielu produktów przywrócić. Przykłady powstania tą drogą produktów można by mnożyć. Niemniej drogi życiowe wystawców, prowadzące do tego, iż w jakiś sposób znaleźli się oni z gotowym wyrobem w Grucznie, są najprzeróżniejsze i bywają zadziwiające. Są przecież wśród nich miastowi, którzy porzucili swoje dotychczasowe życie, podjęli wysiłek hodowli owiec, kóz lub bydła i wyrobu choćby serów. Losy takich producentów są zawile, a nabywanie wiedzy dotyczącej technik wyrobu czy konserwacji żywności nie jest bynajmniej pochodną prostej transmisji kulturowej z pokolenia na pokolenie. To rzecz jasna znów nie przeszkadza prezentować się w strojach ludowych, rozdawać wizytówek z ludowymi motywami i stwarzać wrażenia autentyczności sielskiej wsi w trakcie festiwalowych wydarzeń.

Poza oficjalnym Festiwalem – organizowanym przez ludzi z miasta, przez instytucje i stowarzyszenia – należy zresztą wspomnieć o pewnej formie alternatywnego festiwalu, który zorganizowali w tym samym czasie przedsiębiorczy mieszkańcy Gruczna. Na ulicy dochodzącej do terenu przy młynie oraz na prywatnej działce sąsiadującej z terenem organizatora od kilku lat pojawiają się stragany prezentujące w większości zaprzeczenie wartości, jakie deklaruje Festiwal Smaku w Grucznie. Te swoiste „kolorowe jarmarki” z watą cukrową i „chińszczyzną”, na których zarabia społeczność lokalna, mają estetykę zgoła odmienną. Jest to też przestrzeń dla wytwórców, których nie stać na miejsce przy młynie, albo dla tych, dla których zabrakło miejsca. Dla przyjeżdżającego turysty nie ma to znaczenia, raczej nie zdaje on sobie z tego sprawy. Organizatorzy Festiwalu muszą zresztą niekiedy znosić ostre i nieprzyjemne komentarze zamieszczane w recenzjach, choćby na portalach społecznościowych, odnoszące się do niechcianych, kiczowatych i nielegalnych festiwalowych przyległości.

Odpowiedź na pytanie, kto i jak kreuje lokalność Festiwalu oraz kto właściwie jest jego odbiorcą, nie jest zatem jednoznaczna i prosta. W powyższych przykładach chcieliśmy zwrócić uwagę na mechanizm zespolenia tworzonej lokalności z wyzwaniem turystyki kulinarnej. W kontekstach tutaj odsłanianych wydają się one nierozzerwalne. Lokalność w wyniku działań turystyki kulinarnej przekształca się i definiuje na nowo. Owo przekształcanie jest zaś wyzwaniem współczesnym, które po prostu obecnie występuje.

Lokalność w powyżej analizowanym ujęciu jest odpowiedzią na wskazane zapotrzebowanie turystyki kulinarnej, a tworzona może być w przeróżny sposób; ścieżki są tu zawile i nieprzewidywalne. Trudno dziś diagnozować jakąkolwiek lokalność pożywienia czy lokalność w ogóle bez rozpatrywania jej w relacji z poziomem globalnym, choćby z poziomem turystyki kulinarnej. To owa lokalność bywa odpowiedzią na turystykę kulinarną, a nie odwrotnie. Nie chcemy przez to powiedzieć, że na poziomie wsi, społeczności wiejskiej, miasteczka czy jakiegokolwiek innej nie zachodzą specyficzne, idiomatyczne procesy (na te przecież też wskazujemy). Chodzi o to, iż owa lokalność jest ustanawiana i funkcjonuje na różnych poziomach. Jednym z tych poziomów jest wyzwanie, jakie lokalność podjęła w zderzeniu z formami turystyki kulinarnej.

Iwent staje się elementem życia wiejskiego i jego organizacji, gdyż taką sytuację wymusza bardzo często sam system zewnętrznych dofinansowań. W przypadku promocji produktów lokalnych, regionalnych, tradycyjnych iwent staje się dogodną

i dość prostą formą sięgnięcia po pieniądze. Lokalne środowiska wiejskie, a przynajmniej ich aktywna część, skutecznie grają tą formą. Iwent w tym sensie zaspokaja wiele potrzeb integracyjnych i coraz bardziej wpisuje się w pejzaż lokalnych, wiejskich aktywności. W tej optyce jednak umyka nazbyt wiele spontanicznych czy utrwalonych praktyk wiejskich o nieiwentowym charakterze. Organizacja lokalnego iwentu, często nawet skierowanego początkowo do społeczności lokalnej i czerpiącego z niej właśnie siły, pod wpływem tendencji związanych z turystyką może zmierzać ku megaiwentowi. Na tej drodze gubi się realne i bezpośrednie znaczenie tego, co lokalne, czy też zostaje to po prostu przededefiniowane. Mówiąc prosto i przykładowo – lokalna kiełbasa staje się marką Lokalna Kiełbasa, a lokalny festiwal staje się marką Lokalny Festiwal. Tego rodzaju przekształcenia mają znaczenie zarówno dla lokalnych, wiejskich społeczności, jak i ewentualnych turystów. Paleta oczekiwań, postaw i działań w tym zakresie nie jest oczywista i zaiste wydaje się szeroka. Na wiele praktyk w tej materii staraliśmy się wskazać.