



Jan KRUPA
Tomasz SOLIŃSKI

WYŻSZA SZKOŁA INFORMATYKI I ZARZĄDZANIA
W RZESZOWIE

DZIEDZICTWO KULTUROWE POGÓRZA DYNOWSKIEGO JAKO PRODUKT TURYSTYCZNY

Abstrakt

Dziedzictwo kulturowe jest traktowane jako wielowiekowa spuścizna po przodkach lub pozostaje wytworem sił natury. Wykorzystanie dziedzictwa jako atrakcji turystycznej, a w konsekwencji tworzenie na jego bazie produktu turystycznego (np. szlaków kulturowych), jest w świecie bardzo często stosowane (turystyka kulturowa).

Jednym ze sposobów wykorzystania, ale i ochrony dziedzictwa, jest właśnie turystyka. Można ją rozpatrywać jako zjawisko psychologiczne (relacje np. potrzeba, motyw, wartość, przeżycia), społeczne (rola, styczności środowisk, więzi), ekonomiczne (produkt, popyt, podaż), przestrzenne (krajobraz, ład przestrzenny, degradacja) oraz kulturowe, ponieważ jest ona częścią szeroko rozumianego pojęcia kultury. Związki turystyki z kulturą cechuje wzajemna współzależność, ponieważ staje się ona funkcją, elementem, przekazem kultury, jest spotkaniem kultur czy czynnikiem przemian kulturowych.¹

Region Pogórza Dynowskiego posiada bogate, wielowiekowe dziedzictwo kulturowe, zarówno o charakterze materialnym, jak też w postaci bogatego folkloru, tradycji i obyczajów. W niniejszym opracowaniu skoncentrowano się na ocenie możliwości stworzenia produktu turystycznego na bazie produkcji i sprzedaży wyrobów rękodziela ludowego (ginących zawodów) oraz tradycyjnych wyrobów kulinarnych regionalnej kuchni. Poddano ocenie funkcjonujące obiekty usług gastronomicznych (zajazdy i karczmy) oraz warsztaty, w których kultywowane są tradycje rzemiosła ludowego, z uwzględnieniem potrzeb turysty krajowego i zagranicznego.

1. Wprowadzenie

Dziedzictwo kulturowe jest traktowane jako wielowiekowa spuścizna po przodkach lub pozostaje wytworem sił natury. Wykorzystanie dziedzictwa jako

¹ Orzechowska-Kowalska K., Kowalski R., *Wybrane aspekty ochrony dziedzictwa kulturowego w kontekście turystyki*, [w:] red. J. Krupa, J. Biliński, *Turystyka w badaniach naukowych. Prace przyrodnicze i humanistyczne*, Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania, Rzeszów 2006, s. 109-125.

atrakcji turystycznej, a w konsekwencji tworzenie na jego bazie produktu turystycznego (np. szlaków kulturowych), jest w świecie bardzo często stosowane (rozwój turystyki kulturowej).

Jednym ze sposobów wykorzystania, ale i ochrony dziedzictwa, jest właśnie turystyka. Można ją rozpatrywać jako zjawisko: psychologiczne (relacje np. potrzeba, motyw, wartość, przeżycia), społeczne (rola, styczności środowisk, więzi), ekonomiczne (produkt, popyt, podaż), przestrzenne (krajobraz, ład przestrzenny, degradacja) oraz kulturowe, ponieważ jest ona częścią szeroko rozumianego pojęcia kultury. Związki turystyki z kulturą cechuje wzajemna współzależność, ponieważ staje się ona funkcją, elementem, przekazem kultury, jest spotkaniem kultur czy czynnikiem przemian kulturowych.²

Szeroko rozumiane pojęcie dziedzictwa kulturowego ukazuje jego wielką różnorodność. Krajobraz kulturowy, ze swoimi wartościami pozytywnymi, ale niekiedy i negatywnymi, jest podstawą naszej pamięci i tożsamości. Typowy proces ochrony tej wielkiej spuścizny polega na jego rozpoznaniu, poznaniu i zbadaniu, ochronie proceduralnej (prawnej), technicznej (konserwacja, renowacja), i/lub oddaniu obiektu historycznego do użytku (np. dla potrzeb turystyki). Takie podejście do ochrony dziedzictwa wskazuje na konieczność interdyscyplinarnego ujęcia tego zagadnienia. Ale także oznacza przejście od ochrony pasywnej do ochrony aktywnej, a więc integrację dziedzictwa kulturowego z naszym życiem codziennym.³

Jednym z tych przejawów jest turystyka, która w oparciu o dziedzictwo tworzy produkty turystyczne, podlegające prawom rynku. Produktem turystycznym, bazującym na dziedzictwie, mogą być m.in. szlaki kulturowe (tematyczne), cykliczne imprezy promujące tradycje, zwyczaje i obyczaje lokalnego społeczeństwa. Ponadto mogą to być tradycyjne wyroby ludowe (rękodzieło), a nawet staropolskie potrawy kuchni regionalnej.

Dziedzictwo kulturowe stanowi element przestrzeni (ekonomicznej, kulturowo-społecznej), tworząc tzw. krajobraz kulturowy. Ulega on ciągłym zmianom, ale jego wartości i znaczenie winny podlegać ochronie w różnych formach. Motywem działań w tej przestrzeni jest szukanie kompromisu między

² Orzechowska-Kowalska K., Kowalski R., *Wybrane aspekty ochrony dziedzictwa kulturowego w kontekście turystyki*, [w:] red. J. Krupa, J. Biliński, *Turystyka w badaniach naukowych. Prace przyrodnicze i humanistyczne*, Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania, Rzeszów 2006, s. 109-125.

³ *Ibidem*, s. 110.

zachowaniem wartości, a włączeniem przestrzeni dziedzictwa do współczesnego obiegu kultury.

Na obszarach wiejskich Podkarpacia, w tym także na Pogórzu Dynowskim, z natury rzeczy zdominowanych dotychczas przez rolnictwo i charakteryzujących się znacznym poziomem bezrobocia, konieczne staje się poszukiwanie nowych rozwiązań w zakresie rozwoju lokalnej gospodarki. Okazuje się często, iż jedną z istotnych szans rozwoju tych terenów stają się ich walory przyrodnicze i kulturowe, stanowiące podstawę działalności turystycznej.⁴

Zakładając, że rolnictwo na terenach wiejskich pozostanie nadal ważnym czynnikiem wzrostu ekonomicznego, na jego bazie można rozwijać działalność gospodarczą związaną z turystyką, jak: turystyka wiejska, a zwłaszcza agroturystyka oraz rolnictwo ekologiczne, które mogą poprawić jakość środowiska przyrodniczego i zachować dziedzictwo kulturowe. Trafne jest zatem stwierdzenie, że „turystyka w kompleksowy sposób może przyczynić się do rewitalizacji obszarów wiejskich”.⁵

Mocnymi atutami w rozwoju turystyki na Pogórzu Dynowskim jest, przede wszystkim czyste środowisko naturalne, niski stopień chemizacji rolnictwa, bogate walory przyrodniczo-krajobrazowe, bogata historia i kultura regionu, liczne zabytki architektury, wciąż żywe, utrwalone przez wieki obrzędy i tradycje mieszkańców tego regionu. Ponadto malownicze przełomy rzeki San wraz z istniejącą i powstającą infrastrukturą turystyczną, która może stać się ciekawą atrakcją Podkarpacia.

Region Pogórza Dynowskiego posiada bogate, wielowiekowe dziedzictwo kulturowe, zarówno o charakterze materialnym, jak też w postaci bogatej tradycji, zwyczajów i obyczajów oraz barwnego folkloru. W niniejszym opracowaniu skoncentrowano się na ocenie możliwości stworzenia produktu turystycznego na bazie produkcji i sprzedaży wyrobów rękodzieła ludowego (ginących zawodów) oraz tradycyjnych potraw kulinarnych regionalnej kuchni. Przedstawiono w ogólnym zarysie tradycje rzemiosła ludowego oraz funkcjonujące obiekty usług gastronomicznych (zajazdy i karczmy), z uwzględnieniem potrzeb turysty krajowego i zagranicznego. Ta forma pozarolniczej aktywności zawodowej jest bardzo wskazana,

⁴ S. Makarski, *Turystyka wiejska w kompozycji działań przedsiębiorczych na obszarach wiejskich*, [w:] red. S. Makarski pt. „Rola władz samorządowych w rozwoju turystyki wiejskiej w kontekście wykorzystania zasobów ludzkich na przykładzie województwa podkarpackiego, Wyd. Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów 2007, s. 15.

⁵ D. Markowski, *O warunkach i czynnikach rozwoju środowiska lokalnego* [w:] Szanse i bariery rozwoju gminy, Regionalne Towarzystwo Rolno-Przemysłowe „Dolina Strugu” w Tyczynie, Tyczyn 1997, s. 21.

gdyż pozwala na rozwiązywanie doraźnych problemów mieszkańców wsi (ograniczenie bezrobocia i zwiększenie dochodów) oraz na realizację procesu rozwoju lokalnego. Niestety, nawet przy powszechnej akceptacji tej formy przedsiębiorczości na wsi, rzeczywiste tempo jej rozwoju pozostawia wiele do życzenia.

2. Rękodzielnictwo ludowe jako produkt turystyczny

Produkt turystyczny jest pojęciem złożonym, co wynika ze złożoności zjawiska, jakim jest turystyka i ruch turystyczny. Można go określać, jako wszystko, co turysta kupuje (w wąskim znaczeniu) oraz jako wszystko, co turysta czyni w czasie podróży i w miejscu destynacji (w znaczeniu szerszym).

G. Gołębski definiuje produkt turystyczny jako wszystkie dobra i usługi tworzone i kupowane przed rozpoczęciem podróży, ale w związku z zaplanowanym wyjazdem poza miejsce stałego zamieszkania, a także nabywane w trakcie trwania podróży i w czasie pobytu poza rodzinną miejscowością⁶. Produkt turystyczny tworzą zazwyczaj przynajmniej dwie połączone w pakiet usługi zaspokajające kompleksowe potrzeby turysty i sprzedawane jako jeden produkt o określonej cenie⁷. Produkt tworzą zarówno materialne jak i niematerialne składniki, które umożliwiają właściwą realizację wyjazdu turystycznego.

Zdefiniowanie ginących zawodów przysparza pewnych trudności. Najogólniej za ginące można uznać zawody wywodzące się ze starych rzemiosł, profesji mocno osadzonych w historii i szczególnie związanych z kulturą wsi na danym obszarze oraz związane z tradycyjnym rękodzielnictwem artystycznym. Dawni rzemieślnicy przekazywali swą wiedzę i umiejętności kolejnym pokoleniom, zachowując charakterystyczną formę, kształt, fason, zdobnictwo. Wieś, przez wieki odizolowana od kultury ogólnej, wykształciła własną kulturę, której wyrazem i budulcem była sztuka ludowa⁸. Definicja ginących zawodów ściśle wiąże się ze sztuką i kulturą ludową, tradycyjną w treści i sposobie wykonania, z obrzędami i zwyczajami oraz potrzebnej do ich odtwarzania i kultywowania oprawie w postaci tradycyjnych przyrządów, ozdób, ubiorów.

⁶ G. Gołębski, *Przedsiębiorstwo turystyczne w gospodarce wolnorynkowej*, Akademia Ekonomiczna w Poznaniu, Poznań 1998, s. 24.

⁷ J. Altkorn, *Marketing w turystyce*, PWN, Warszawa 1997, s. 99.

⁸ T. Więckowski, *Ginące piękno*, Wydawnictwo Spółdzielcze, Warszawa 1987, s. 9.

Opracowania dotyczące ginących zawodów skupiają się głównie na rzemiosłach zachowanych na terenach wiejskich. Rzemiosło miejskie i wiejskie początkowo rozwijało się równolegle, jednak dłużej, w prawie niezmienionej od wielu lat formie, zachowało się na terenach wiejskich. Wykształcone na przestrzeni wielu lat formy i wzory stawały się charakterystyczne dla regionu, a rzemiosło urosło do rangi sztuki ludowej.

Samowystarczalność gospodarstwa wiejskiego opierała się na rodzinnej organizacji pracy. Dążono, aby każdy członek rodziny zgodnie ze swoimi możliwościami i zdolnościami pracował na rzecz wspólnoty. Nie dopuszczano przy tym do bezproduktywnego spędzania czasu, nawet w chwilach wolnych od podstawowych prac rolnych i hodowlanych. W obowiązującym podziale pracy poza pracami rolnymi i hodowlanymi udział kobiet wiązał się przede wszystkim z przygotowaniem posiłku, obróbką włókna, tkactwem, szyciem bielizny i codziennych ubrań. Mężczyźni zajmowali się pracami związanymi z obróbką drewna, rymarskimi i szewskimi.⁹

Chłopi w niektórych regionach Polski, zwłaszcza w małych gospodarstwach rolnych, aż do końca XIX w. musieli i chcieli być samowystarczalni. Wiele potrzebnych przedmiotów wytwarzali własnym sposobem. Wraz z cieślą budowali swoje domy, sami pletli koszyki, mielili mąkę i wypiekali chleb. Sami troszczyli się o ubranie i naprawiali popsute narzędzia. Niemal w każdej rodzinie chłopskiej znano i wykonywano pewne prace rzemieślnicze, konieczne w życiu codziennym, z tym tylko, że jedni robili to byle jak, jakby „na pańskim”, drudzy zaś z zamiłowaniem, starannie dopełniając szczegółów. Troska o formę i optymalną funkcjonalność wyrabianych rzeczy, przy ubogim i prostym warsztacie, archaicznej technologii, wymuszała nauczanie się perfekcyjnego posługiwania narzędziami i znajomości tajników używanego surowca.¹⁰

Wytwórczość rękodzielnicza istniała na wsi nie tylko w ramach samowystarczalności gospodarstw chłopskich. Występowała także w formie działalności rzemieślniczej. Produkcja rękodzielnicza wytwarzana w gospodarstwach wiejskich była niejednorodna, przedmioty wyrabiane ręcznie i pojedynczo miały

⁹ Z. A. Skuza, *Ginące zawody w Polsce*, Wyd. Sport i Turystyka „MUZA” S.A., Warszawa 2006, s. 8.

¹⁰ *Ibidem*, s. 9.

indywidualną, różną od siebie formę. Należy podkreślić, że wyroby wiejskich fachowców urzekały pięknem, nierzadko osiągały wysokie walory artystyczne.

Miejscem, gdzie indywidualizm rękodzielników przechodził proces standaryzacji, gdzie ustalano gusty estetyczne i mody, były targi, jarmarki oraz odpusty. Należy jednak zaznaczyć, że to rzemiosło wiejskie działające do XIX w. w ramach struktur feudalnych wytwarzało większość potrzebnych na wsi wyrobów rękodzielniczych.

Mimo że wytworem rzemieślników nierzadko są rękodzieła sztuki ludowej lub użytkowej, ich autorzy nie są znani szerszemu gronu osób – nawet w obrębie gminy czy powiatu, w którym mieszkają i tworzą. Zważywszy na ich spory wkład w rozwój ekonomiczny, kulturowy oraz w historię regionu ich dzieła nie powinny być zapomniane i należałoby zadbać o stworzenie skansenu rzemiosła lub starać się reaktywować, chociaż część owych zawodów dla ich walorów turystycznych.

Ochrona wartości kulturowych odbywa się w nich nie tylko w aspekcie stricte konserwatorskim, ale również przez udostępnianie ich, stwarzanie możliwości zapoznania się jak największej liczby osób z prezentowanymi miejscami i przez to ocalenie ich od zapomnienia. Uważa się, że obiekt wyizolowany z naturalnego otoczenia, oderwany od jego pierwotnych, użytkowych funkcji nie ma sensu, jest niezrozumiały, wręcz pokazuje fałszywą historię. Niewłaściwe jest pokazywanie pojedynczego obiektu bez przybliżenia jego pierwotnego otoczenia. Pojedynczy obiekt nie był w stanie samodzielnie istnieć, musiał mieć jakieś zaplecze, kontakty z innymi obiektami.

Bogate dziedzictwo kulturowe Pogórza, istnienie tradycyjnej architektury (wiejskich chat, młynów, kuźni, wielu przydrożnych, zabytkowych kapliczek), zwyczaje i obrzędy ludowe, zachowane stare rzemiosła (tkactwo, hafciarstwo ludowe, zabawkarstwo), a także sztuka ludowa (muzyka, poezja, rzeźba) stanowią o jego dużej atrakcyjności turystycznej. Stworzenie produktu turystycznego o nazwie „Ginące Zawody” można utożsamiać z marką turystyki karpackiej, jako pakietu atrakcji i usług turystycznych.

Profesje te stanowią część dziedzictwa kulturowego regionu i jako takie mogą stanowić atrakcję turystyczną Pogórza Dynowskiego. Odpowiednie wsparcie przez samorządy terytorialne rzemiosł opartych na lokalnych tradycjach prowadzić może w efekcie do ich reaktywacji i ożywienia działalności, ale ukierunkowanej, nie na

wytwórstwo przedmiotów codziennego użytku, lecz jako specyficznego produktu turystycznego. Miałby on zastosowanie w wielu rodzajach turystyki.

Na Pogórzu Dynowskim wciąż żywa jest kultura ludowa, prezentowana często podczas imprez okolicznościowych (np. festynów) oraz cyklicznych imprez tematycznych, organizowanych przez gminne ośrodki kultury, podtrzymywana przez zespoły folklorystyczne, grupy obrzędowe, zespoły śpiewacze, kapele ludowe. Do funkcjonowania tych zespołów niezbędny jest ich odpowiedni wygląd, dzięki czemu zachowały się pięknie zdobione haftem stroje ludowe, tradycyjne instrumenty. Należy jednak zaznaczyć, że piękne tradycje i zwyczaje, kultywowane dawniej, z czasem zaczynają popadać w zapomnienie. Nawet tradycyjne obrzędy ludowe (np. wesela) wystawiane przez zespoły ludowe należą już do rzadkości.¹¹

Tereny Pogórza stwarzają wiele możliwości do rozwoju turystyki kulturowej oraz promowania ginących zawodów jako produktu turystycznego, lecz aby tego dokonać, konieczne jest podjęcie stosownych działań.

Niezbędne jest rozbudowanie bazy noclegowej i poszerzenie oferty o obiekty hotelarskie o wysokim standardzie, również w zakresie wiejskich miejsc noclegowych w gospodarstwach agroturystycznych. Konieczne jest poprawienie stanu dróg wiejskich i rozbudowa infrastruktury towarzyszącej.

Rozwój turystyki kulturowej może następować również poprzez wyznaczenie nowych tematycznych szlaków turystycznych, np. szlaku starych rzemiosł, czy wytyczenie szlaku polskich ordynacji. Taka koncepcja sieci szlaków turystycznych powiązanych z zabytkami oraz miejscami zachowanej kultury ludowej i rzemiosła jest jednym ze sposobów odkrywania dziedzictwa kulturowego przez turystykę.¹²

Należy również poszerzyć ofertę turystyczną o imprezy i pobyty zimowe, rozbudować ofertę turystyczną w oparciu o istniejące walory i zainicjować szerszą współpracę pomiędzy gminami w zakresie turystyki, a także stworzyć plan promocji regionu i kultury lokalnej.

Oprócz istniejących imprez i wydarzeń bazujących na ginących zawodach można stworzyć i wypromować nowe produkty, np. warsztaty terapii zajęciowej.

¹¹ J. F. Adamski, *Brzozów i powiat brzozowski*, Wyd. P UW „Roksana”, Krosno 2005, s. 36.

¹² K. Orzechowska-Kowalska, R. Kowalski, *op. cit.*, s. 120.

3. Dziedzictwo kulinarne Pogórza Dynowskiego jako element promocji regionu

Wielkie bogactwo Europy tkwi w różnorodności kulturowej jej państw i regionów, ich długiej i burzliwej historii, w przebogatym dziedzictwie, w tym kulinarnym.

Produkty tradycyjne i regionalne są traktowane w Unii Europejskiej jako dobro wyjątkowe, dziedzictwo kulturowe całego kontynentu. Te produkty i opierające się na nich kuchnie narodowe czy regionalne to bardzo istotny element promocji turystycznej Europy. To ważny argument w walce o turystę w skali globalnej, a ponadto istotna część atrakcyjności turystycznej poszczególnych krajów Unii Europejskiej.

Sprzedaż turystom produktów rolnych w formie regionalnych dań to najbardziej opłacalna forma, gdzie wartością dodaną jest robocizna, a także dziedzictwo kulinarne, szczególnie jeśli występuje w formie sprzedaży bezpośredniej. To właśnie dzięki niej np. dochodowość rolnika francuskiego jest dwa razy większa, niż niemieckiego i ponad dziesięć razy większa niż polskiego. Produkty tradycyjne i regionalne to istotne elementy społecznej gospodarki rynkowej, podstawa europejskiej polityki regionalnej, mająca na celu wyrównanie różnic w poziomie życia i rozwoju gospodarczym między regionami. Istota produkcji wyrobów tradycyjnych i regionalnych wymusza samoorganizację producentów w celu uruchomienia produkcji, promocji i sprzedaży, współdziałania różnych partnerów społecznych w dobrze pojętym wspólnym interesie.

Największym wyróżnikiem produktów tradycyjnych i regionalnych jest ich specyficzna jakość. Bierze się ona z tradycyjnego sposobu wytwarzania zgodnego z dziedzictwem kulinarnym, ale również wynika ze szczególnych walorów klimatycznych, glebowych czy ich miejsca wytwarzania.

Jedną z wartości kształtujących dzisiejszy rynek Europy, a pewnie i świata, są właśnie produkty żywnościowe o szczególnych cechach jakościowych, tradycyjnych sposobach wytwarzania, sięgających często odległej historii, co najmniej 25. letniej, możliwej do udokumentowania. Do wytwarzania takich produktów wykorzystywane są zazwyczaj lokalne surowce, a przy zastosowaniu wyjątkowej, „tradycyjnej” technologii przetwarzania, dają w efekcie produkty wyróżniające się swymi cechami,

składem, smakiem i jakością spośród pozostałych tego typu wyrobów¹³.

W krajach Unii Europejskiej buduje się ze szczególną dbałością rynek takich produktów, których najważniejszymi wartościami są: jakość, niepowtarzalny skład i smak. Często właśnie takie produkty powodują, że region, z którego pochodzą jest powszechnie znany i rozpoznawalny. Produkty te są swoistą „wizytówką” czy też „marką” regionu. Rozwijający się rynek na takie produkty tworzy ciekawość Europy u przedstawicieli innych kultur i narodowości. Polityka europejska koncentruje się na promocji i ochronie swoich oryginalnych produktów, posiadających ściśle określone pochodzenie geograficzne lub specyficzną jakość wynikającą z tradycyjnego sposobu wytwarzania.

Polska staje przed dużą szansą zajęcia prestiżowego miejsca wśród liderów rynku żywności wysokiej jakości, w zdecydowanie pozytywny sposób odróżniającej się od żywności przemysłowej. Różnorodność pejzaży kulturowych, a co za tym idzie zróżnicowane dziedzictwo kulinarne, daje nam niepowtarzalną szansę wyróżnienia się w gronie narodów świata¹⁴.

Z tych też względów rośnie zainteresowanie produktami tradycyjnymi i regionalnymi, zarówno ze strony samych producentów i władz regionalnych, jak i samych konsumentów. Coraz więcej osób postrzega produkty tradycyjne i regionalne jako atrakcję i uświadamia sobie, że nasze wyjątkowe wyroby, związane z kulturą i tradycją poszczególnych regionów Polski, należy chronić. Uświadamia sobie także potrzebę dbania o część polskiego dziedzictwa kulturowego, które przez wieki tworzyło nasze wartości, zwyczaje, przyzwyczajenia kulinarne i smak.

Kuchnia regionalna przeżywa obecnie prawdziwy renesans. Staropolskimi, tradycyjnymi daniami można się dziś raczyć, nie tylko w wiejskich chałupach, a w najlepszych polskich restauracjach. Żywność tradycyjna i regionalna zawsze była atrakcyjna dla mieszkańców miast oraz dla turystów. Stąd też nie bez przyczyny wielką popularnością wśród większości konsumentów cieszą się biesiady w zajazdach i karczmach, które serwują smaczne i zdrowe lokalne potrawy. Również gospodarstwa agroturystyczne, które w swojej ofercie mają regionalne specjały, te najbardziej tradycyjne i charakterystyczne tylko dla danego regionu, nigdy nie narzekają na brak

¹³ M. Gąsiorowski, *O produktach tradycyjnych i regionalnych. Możliwości a polskie realia*. Fundacja Fundusz Współpracy, Warszawa 2005, s. 3-5.

¹⁴ M. Gąsiorowski, *O produktach tradycyjnych i regionalnych. Możliwości a polskie realia, op. cit.*, s. 3-5.

gości.

Produkty tradycyjne i regionalne zaspokajają wyjątkowe potrzeby różnych grup nabywców. Budowa rynku dla tych produktów to świadoma działalność wielu podmiotów, świadome kształtowanie zachowań kupujących oraz mozolna praca wytwórców, władz samorządów lokalnych, organizacji pozarządowych i samych konsumentów. Każdy rynek buduje się świadomie, tj. właściwe podmioty muszą podejmować właściwe decyzje, jeśli chcą osiągnąć założone i wybrane przez siebie cele.

Każdy region Polski słynie z typowej dla siebie kuchni. Smaczne jedzenie, przytulne wnętrza i przede wszystkim miła atmosfera to oferta podkarpackich regionalnych karczm i zajazdów. Nie znajdziemy w nich „włoskiej pizzy”, ryby po grecku czy śledzia po japońsku. Na pewno jednak w karcie dań nie zabraknie: kwaśnicy, zupy drwała, zupy kurkowej, pierogów z kaszą jaglaną, pierogów nadziewanych owocami, proziaków, karkówki z dzika i wiele innych oryginalnych dań.

Do innych lokalnych i regionalnych potraw należą np. hreczanyki (kotleciki z kaszy gryczanej), serwowane np. w karczmie w Sanoku przy Rynku, gomółki serowe, zupa cebulowa (dla biednych i dla bogatych, podawana w każdej karczmie, na przyjęciach snobistycznych i w sytuacjach, gdy w kieszeni pozostało już tylko kilka groszy).

Kryżałki (potrawa z kapusty i buraków, o niepowtarzalnym smaku oraz pięknym czerwonym kolorze), bałabuchy (pierogi z kaszą gryczaną, kapustą lub grzybami) można spotkać w karczmach i zajazdach województwa podkarpackiego. Przyrządzane według starych receptur i przepisów, przekazywanych z pokolenia na pokolenie, z matki na córkę, zachowały w sobie czar dawnej kuchni pogranicza kulturowego. Ponadto panepuchy i kacapoły – potrawy charakterystyczne dla mieszkańców wsi Górki w powiecie mieleckim.

Do potraw o dużej tradycji kulinarnej zalicza się również: kapustę z grochem i ziemniakami, barszcz czerwony „ukraiński”, zupa owsiana, czyli żur ze śledziem, podawana w okolicach Przemyśla, żur rzeszowski, barszcz bieszczadzki, zupa fasolowa z suszonymi śliwkami również z okolic Przemyśla, czy pierogi z ziemniaków i sera (tzw. ruskie).

Regionalne potrawy można spotkać np. w Karczmie „Pod Semaforem”, położonej na przecięciu szlaków z Przemyśla i Ukrainy do Barwinka i na Słowację

oraz z Rzeszowa i Łącuta w Bieszczady, a także na trasie kolei wąskotorowej Przeworsk – Dynów, jednej z największych atrakcji turystycznych Podkarpacia. Kamień i drewno, tworzące bryłę karczmy, wkomponowują się w piękny krajobraz Pogórza Dynowskiego.

W atrakcyjnym otoczeniu, wypełnionym stuletnimi mapami kolejowymi, litografiami, zabytkowymi kartami pocztowymi z najbliższych okolic i innymi oryginalnymi bibelotami, podawane są tradycyjne dania i napoje (żurek po dynowsku, kiełbasa z sosem cebulowym, szaszłyki).

Zdaniem właścicieli karczmy „stąd nikt nie wychodzi głodny lub niezadowolony, nawet największy żarłok”. Dla wielu mieszkańców Podkarpacia proziaki (zwane także gdzieniedzie prosiakami) można by uznać za symbol tradycyjnej, regionalnej kuchni – zapewnia współwłaściciel karczmy „Pod Semaforem” w Bachórze (k. Dynowa) Janusz Jarosz.¹⁵

Godnym polecenia dla „zголоdniałych” turystów jest lokal gastronomiczny „Zajazd na Rozdrożu” położony w Dynowie, który stylem architektonicznym nie przypomina w niczym staropolskiej karczmy, natomiast w menu szef kuchni poleca „staropolskie” potrawy. Niestety również nazwa potrawy, będącej specjalnością kuchni nie brzmi swojsko – placek po węgiersku. Dla wegetarian serwuje się natomiast pierogi po dynowsku.

Zbigniew Kośmider z „Zajazdu na Rozdrożu” zapewnia, że „pożywniejszej zupy, jak kwasówka nikt jeszcze nie jadł, a można ją spróbować tylko w okolicach Dynowa”.¹⁶

Innym lokalem gastronomicznym w Dynowie jest „Oberża Hotelik”, który pod względem stylu budownictwa przypomina współczesną kamienicę, natomiast szef kuchni poleca do degustacji pierogi z mąki razowej, suto omaszczone skwarkami oraz kapustę z grochem.

Należy mieć nadzieję, że w niedalekiej przyszłości powstaną kolejne obiekty gastronomiczne na Pogórzu Dynowskim, serwujące potrawy kuchni regionalnej, zatrudniające lokalnych „kuchmistrzów”, bazujących na staropolskich recepturach, a przede wszystkim na miejscowych surowcach, kształtujących niepowtarzalny smak i urok przygotowywanych potraw.

Atrakcyjnymi obiektami gastronomicznymi zlokalizowanymi na ziemi

¹⁵ www.karczma.pf24.pl

¹⁶ www.potravyregionalne.pl

przemyskiej są np. „Przemyska Karczma” oferująca dobrą gościnę i smaczne tradycyjne jadło oraz „Zajazd Pastewnik” w Przeworsku, zabytkowa, drewniana karczma otoczona budynkami przystosowanymi do potrzeb hotelowych („żywy skansen”).

Istotnym elementem promocji dziedzictwa kulinarnego w woj. podkarpackim są również organizowane corocznie targi, konkursy, a nawet festiwale podkarpackich produktów lokalnych, tradycyjnych i regionalnych.

Obecnie produkty tradycyjne i regionalne mogą stanowić atrakcyjny produkt turystyczny, zarówno dla turysty zagranicznego, jak i krajowego – w aspekcie mody na zdrowy styl życia i odżywiania.

Należy podkreślić, że województwo podkarpackie zajmuje trzecie miejsce w Polsce na liście Produktów Tradycyjnych Ministerstwa Rolnictwa (64 zgłoszonych produktów, w różnych kategoriach – kwiecień 2008 r.). Na pierwszym miejscu znajduje się województwo śląskie (77 produktów), zaś listę zamykają województwa lubuskie i zachodniopomorskie (6 i 5 produktów na liście)¹⁷.

Prawo do wpisu na Listę Produktów Tradycyjnych mają produkty, które charakteryzują się tradycyjną, ugruntowaną w czasie metodą wytwarzania (25 lat), których jakość lub wyjątkowe cechy i właściwości wynikają ze stosowania tradycyjnych metod produkcji.

Zarówno produkty, jak i potrawy lokalne powinny być szczególnie cenione przez miejscowe społeczności, niezależnie od tego, czy kwalifikują się do rejestracji na Listę Produktów Tradycyjnych Ministerstwa Rolnictwa, czy do znaków unijnych.

Popieranie własnych inicjatyw żywnościowych i rodzinnych, drobnych wytwórców, to sposób na bogacenie się gminy, a nawet powiatu, czyli lepsze warunki życia wszystkich mieszkańców. Jest to również istotny element promocji danego regionu.

Podsumowanie

Dziedzictwo kulturowe, jako wspólne dobro kulturowe (nie tylko krajowe, ale również w skali dziedzictwa światowego) należy przekazywać kolejnym pokoleniom oraz przybliżać coraz szerszemu gronu odbiorców. Mimo iż teren województwa podkarpackiego należy pod tym względem do jednego z najatrakcyjniejszych

¹⁷ www.minrol.gov.pl

regionów w Polsce, to region Pogórza Dynowskiego, zdaniem autorów, nie jest znany i nie jest odbierany jako produkt turystyczny wart uwagi. Regionowi brakuje jasno określonej i skutecznej strategii rozwoju przygotowanej dla całego obszaru.

W celu przybliżenia turystyce walorów Pogórza Dynowskiego i jego atrakcji należy stworzyć plan promocji i rozwoju regionu, opierający się w znacznej mierze o bogate dziedzictwo kulturowe tego terenu. Dziedzictwo kulturowe stanowi znaczny potencjał gospodarczy, a tożsamość kulturowa stanowi wartość duchową. Niestety między wartością dziedzictwa, a jego świadomością w społeczeństwie istnieje wielka przepaść¹⁸.

Biorąc pod uwagę walory geograficzne, przeszłość historyczną, tradycyjnie uprawiane rolnictwo, zachowane tradycje, zwyczaje i obyczaje ludowe teren Pogórza Dynowskiego jest obszarem sprzyjającym do uprawiania wielu rodzajów turystyki, związanych z kontaktem z przyrodą, folklorem, poznawaniem kultury lokalnej. Posiadana infrastruktura turystyczna: transportowa, noclegowa, żywieniowa oraz towarzysząca, predysponują go do uprawiania turystyki aktywnej, krajoznawczej, kulturowej, wiejskiej, w tym agroturystyki.

Baza noclegowa wykazuje jednak wiele niedostatków.¹⁹ Brakuje skategoryzowanych obiektów noclegowych oraz hotelu o wyższym standardzie, który mógłby przyjąć jednocześnie około 100 gości. Zbyt mało jest również gospodarstw agroturystycznych. Istniejące gospodarstwa najczęściej funkcjonują samodzielnie. Brakuje współpracy pomiędzy położonymi niedaleko siebie gospodarstwami, które biorąc przykład z rozwiązań w niektórych bieszczadzskich miejscowościach, współpracowałyby ze sobą, uzupełniając się wzajemnie, przez co mogłyby tworzyć lepszą i bardziej urozmaiconą ofertę. Podobnie przedstawia się sytuacja w obiektach gastronomicznych.

Stare rzemiosła, sztuka ludowa i tradycje nadal są kultywowane na omawianym terenie i łącznie tworzą znakomity produkt turystyczny, głęboko zakorzeniony w

¹⁸ A. Tomaszewski, *Europa: wartość i świadomość dziedzictwa*, [w:] J. Purchała (red.), *Dziedzictwo a turystyka*, Materiały konferencji zorganizowanej w dniach 17-20 września 1998, Kraków 1999, s. 11.

¹⁹ W. Wagner, J. Krupa, *Projekt bazy danych o obiektach noclegowych i ich lokalizacji na terenie Związku Gmin Turystycznych Pogórza Dynowskiego*. Materiały IV Konferencji Naukowo-Technicznej „Błękitny San” nt. Bezpieczeństwo walorów przyrodniczych i turystycznych doliny Sanu, Nozdrzec, 20-21 kwietnia 2007, s. 53-63.

dziedzictwie kulturowym Pogórza Dynowskiego. Daje się jednak zauważyć wiele problemów w tym zakresie, do których należą, m.in.:

- wiek rzemieślników, nie pozwalający na czynność zawodową;
- odejście od wykonywania zawodu z powodu braku zbytu na wytwarzane produkty;
- brak młodych adeptów tych profesji;
- ograniczone możliwości uzyskania informacji o rzemieślnikach (słaba promocja).

Na produkt ten składają się, obok rzemiosł i miejsc, gdzie są one nadal kultywowane, liczne imprezy kulturalne, związane zarówno z kulturą „elitarną”, jak i z wydarzeniami kulturalnymi „spod strzech”, czyli wiele imprez opartych na folklorze i kulturze ludowej Pogórza.

Z kolei produkcja wyrobów żywnościowych tradycyjnych i regionalnych, to wielka szansa rozwoju wsi, niezależnie od tego, czy są to wielkie czy małe zakłady produkcyjne, gospodarstwa rodzinne, na gospodarstwach agroturystycznych kończąc.

W wielu gospodarstwach rolniczych przygotowywane są dania i przetwory, które trudno znaleźć w książkach kucharskich. Są to wielkie wartości kulturowe danego regionu i warto dbać, aby całkowicie nie zginęły. W sytuacji wzrastającego braku zaufania konsumentów do towarów żywnościowych produkowanych metodami przemysłowymi, produkty wytwarzane w małej skali, często w gospodarstwie rolnika, w oparciu o własne surowce, mogą stać się ważnym źródłem dodatkowego dochodu dla mieszkańców wsi.

Produkt tradycyjny i regionalny jest zatem szansą dla małych społeczności i wielką atrakcją dla konsumentów.

Reasumując należy stwierdzić, że głównymi produktami turystycznymi Pogórza Dynowskiego, ze względu na walory przyrodnicze, kulturowe i antropogeniczne terenu oraz znajdujące się w pobliżu atrakcyjne dla turystyki miejsca powinny być:

- ginące zawody i ich wykorzystanie (warsztaty rzeźbiarskie, stolarskie i tkackie) oraz prezentacje prac rzemieślników (tradycyjne wyroby jako pamiątki);
- pobyty w gospodarstwach agroturystycznych;
- wędrowki piesze po okolicy;
- sam pobyt na terenie wiejskim z możliwością wypoczynku na świeżym powietrzu, w czystym i spokojnym środowisku;
- turystyka rowerowa;
- odbywające się cyklicznie imprezy kulturalne i folklorystyczne;

- odkrywanie starych smaków regionalnych potraw w zajazdach, karczmach, czy gospodarstwach agroturystycznych;
- rekreacja wodna na rzece San i jego dopływach;
- wczasy jeździeckie dla dorosłych i dzieci w gospodarstwach agroturystycznych i ośrodkach jeździeckich.

Produkt ten można poszerzać, tworząc nowe atrakcje, szlaki, ścieżki i obiekty turystyczne, uzupełniając różnego rodzaju imprezy w walory, jakimi dysponuje region.

Aby wypromować produkty turystyczne Pogórza Dynowskiego i jego liczne atrakcje, konieczne jest poszerzenie działań promocyjnych. Należy stworzyć dobrą i skuteczną strategię rozwoju i zbudowany na jej podstawie plan promocji.²⁰

Dla realizacji strategii rozwoju omawianego terenu należałoby stworzyć np. ośrodek rozwoju i promocji regionu, którego stałymi celami byłyby:

- Prowadzenie aktywnej promocji obszaru przy wykorzystaniu dostępnych, nowoczesnych narzędzi promocji.
- Pozyskiwanie inwestorów.
- Rozwój i propagowanie kultury i tradycji ludowych.
- Wspomaganie drobnych przedsiębiorców w realizacji ich zamierzeń w zakresie rozwoju bazy gastronomicznej i noclegowej.
- Pomoc w organizacji i zakładaniu gospodarstw agroturystycznych.
- Współpraca z władzami gminnymi, powiatowymi oraz sąsiednimi sołectwami.
- Pomoc w pozyskiwaniu środków i dotacji, m.in. ze środków Unii Europejskiej.

Adresatami proponowanych działań powinny być: podmioty gospodarki turystycznej regionu, inwestorzy prywatni, zarówno wewnątrz, jak i zewnątrz, organy samorządu powiatu i gmin, ale również województwa podkarpackiego, stowarzyszenia regionalne, kulturalne i sportowe oraz regionalne organizacje turystyczne.

²⁰ T. Soliński, J. Krupa, *Wykorzystanie instrumentów Public Relations w kreowaniu wizerunku regionu turystycznego*. Materiały IV Konferencji Naukowo-Technicznej „Błękitny San” nt. Bezpieczeństwo walorów przyrodniczych i turystycznych doliny Sanu, Nozdrzec, 20-21 kwietnia 2007, s. 37-42.

Bibliografia

- [1] Adamski J. F., *Brzozów i powiat brzozowski*, Wyd. PUW „Roksana”, Krosno 2005.
- [2] Altkorn J., *Marketing w turystyce*, PWN, Warszawa 1997.
- [3] Gąsiorowski M., *O produktach tradycyjnych i regionalnych. Możliwości a polskie realia*. Fundacja Fundusz Współpracy, Warszawa 2005.
- [4] Gołembski G., *Przedsiębiorstwo turystyczne w gospodarce wolnorynkowej*, Akademia Ekonomiczna w Poznaniu, Poznań 1998.
- [5] Orzechowska-Kowalska K., Kowalski R., *Wybrane aspekty ochrony dziedzictwa kulturowego w kontekście turystyki*, [w:] red. J. Krupa, J. Biliński, *Turystyka w badaniach naukowych. Prace przyrodnicze i humanistyczne*, Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania, Rzeszów 2006.
- [6] Makarski S., *Turystyka wiejska w kompozycji działań przedsiębiorczych na obszarach wiejskich*, [w:] red. S. Makarski pt. „Rola władz samorządowych w rozwoju turystyki wiejskiej w kontekście wykorzystania zasobów ludzkich na przykładzie województwa podkarpackiego”, Wyd. Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów 2007.
- [7] Markowski D., *O warunkach i czynnikach rozwoju środowiska lokalnego* [w:] Szanse i bariery rozwoju gminy, Regionalne Towarzystwo Rolno-Przemysłowe „Dolina Strugu” w Tyczynie, Tyczyn 1997.
- [8] Skuza Z. A., *Ginące zawody w Polsce*, Wyd. Sport i Turystyka „MUZA” S.A., Warszawa 2006.
- [9] Soliński T., Krupa J., *Wykorzystanie instrumentów Public Relations w kreowaniu wizerunku regionu turystycznego*. Materiały IV Konferencji Naukowo-Technicznej „Błękitny San” nt. Bezpieczeństwo walorów przyrodniczych i turystycznych doliny Sanu, Nozdrzec, 20-21 kwietnia 2007.
- [10] Szczepański J., *Jakość handlowa jako czynnik transferu wiedzy i działań innowacyjnych w obszarze przetwórstwa rolno-spożywczego*, [w:] red. S. Makarski i wsp. pt. „Transfer wiedzy i działań innowacyjnych w obszarze agrobiznesu”, Wyd. Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów 2007.
- [11] Rusak G., *Idea produktów regionalnych i lokalnych w Unii Europejskiej* [w:] red. M. Gąsiorowski „O produktach tradycyjnych i regionalnych. Możliwości a polskie realia. Fundacja Fundusz Współpracy, Warszawa 2005.

- [12] Tomaszewski A., *Europa: wartość i świadomość dziedzictwa*, [w:] J. Purchała (red.), *Dziedzictwo a turystyka, Materiały konferencji zorganizowanej w dniach 17-20 września 1998, Kraków 1999.*
- [13] Wagner W., Krupa J., *Projekt bazy danych o obiektach noclegowych i ich lokalizacji na terenie Związku Gmin Turystycznych Pogórza Dynowskiego. Materiały IV Konferencji Naukowo-Technicznej „Błękitny San” nt. Bezpieczeństwo walorów przyrodniczych i turystycznych doliny Sanu, Nozdrzec, 20-21 kwietnia 2007.*
- [14] Więckowski T., *Ginące piękno*, Wydawnictwo Spółdzielcze, Warszawa 1987.
- [15] www.karczma.pf24.pl
- [16] www.minrol.gov.pl
- [17] www.potrawyregionalne.pl
- [18] www.wrota.podkarpackie.pl

