Jan Krupa
Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie

LUDOWE TRADYCJE KULINARNE JAKO ATRAKCJA TURYSTYCZNA PODKARPACIA

Streszczenie

W artykule przedstawiono kulinarne dziedzictwo regionu podkarpackiego oparte na tradycyjnej kuchni chłopskiej, z elementami kuchni ziemiańskiej. O walorach potraw decydowała prostota wykonania i naturalność, niski stopień przetworzenia produktów, wykorzystywanie surowców pochodzących z własnych upraw oraz ekologiczność.

Produkty tradycyjne i regionalne stanowią współcześnie istotny element w rozwoju turystyki kulinarnej i agroturystyki. W opracowaniu zaprezentowano wybrane obiekty gastronomiczne oraz potrawy tradycyjne i regionalne z Pogórza Dynowskiego, jak też działania marketingowe związane z promocją tych specyficznych produktów żywnościowych.

Słowa kluczowe: region podkarpacki, tradycje kulinarne, produkty tradycyjne i regionalne, Pogórze Dynowskie

FOLK TRADITIONS OF CULINARY AS A TOURIST ATTRACTION OF PODKARPACKIE REGION

Summary

The article presents the culinary heritage of the Podkarpackie region based on the traditional peasant cuisine with elements of landowners cuisine. The qualities of the dishes were determined mainly by simplicity of performance and naturalness, low degree of processing of products, the use of raw materials from the own crops as well as ecology.

Traditional and regional products are a crucial element in the culinary and agri-tourism development today. The paper presents selection of catering facilities, traditional and regional dishes from the Dynowskie Foothills, as well as marketing activities related to the promotion of these specific food products.

Keywords: Podkarpackie region, culinary traditions, traditional and regional products, Dynowskie Foothills

1. Wprowadzenie

Konsumenci coraz częściej szukają żywności wysokiej jakości, która jednocześnie wyróżnia się niepowtarzalnym smakiem i aromatem. Te kryteria spełniają produkty wytwarzane tradycyjnymi metodami w wielu regionach Polski. Podkarpacie to teren, gdzie tradycje kulinarne stanowiące część bogatych tradycji kulturowych, są żywe i praktykowane w sposób niekomercyjny w wielu gminach i środowiskach. Naturalne warunki przyrodnicze dla pozyskania wysokiej jakości surowców, bogactwo receptur i metod wytwarzania sprzyjają produkcji szerokiej gamy wyrobów lokalnych, tradycyj-

nych i regionalnych. Usługi gastronomiczne oparte na tradycjach lokalnych kuchni stają się coraz bardziej istotnym i znaczącym elementem rozwoju nie tylko gastronomii, ale także turystyki na obszarze recepcyjnym.

Kultywowanie bogactwa kulturowego regionu podkarpackiego łączy się z troską o ochronę dziedzictwa kulinarnego i zachowaniu tego dziedzictwa dla potomnych. Rośnie również znaczenie przynależności lokalnej czy regionalnej, a grupy społeczne coraz częściej widzą korzyści płynące z dziedzictwa kulturowego swoich „małych ojczyzn". Kreowanie lokalnych i regionalnych wyrobów oraz produktów tradycyjnych zaczyna się traktować jako inwestycję w przyszłość.

Ważnym zadaniem dla władz samorządowych powinno być dążenie do zrównoważonego rozwoju społeczno-gospodarczego Podkarpacia, w tym turystyki kulinarnej, zarówno w aspekcie ochrony środowiska, jak i działań na rzecz zachowania lokalnych i regionalnych tradycji, pielęgnowania dziedzictwa kulturowego oraz przeciwdziałania jego komercjalizacji. Najlepszą reklamą są prezentacje i wystawy organizowane podczas imprez regionalnych. Przykładem mogą być, m.in. Festiwal „Podkarpackich Smaków" w Górnie, Pilzneński Festiwal Pierogów w Pilźnie, Święto Golonki Podkarpackiej z Pilzna czy Targi Rzemiosła i Przedsiębiorczości „Agrobieszczady" w Lesku (fot. 1). Festiwale, targi i konkursy stanowią również istotny dodatkowy element promocji regionu. Brakuje natomiast konkretnych działań promocyjnych, prowadzonych na szerszą skalę.

Tradycje kulinarne Podkarpacia ciągle stanowią niewykorzystane bogactwo. Należy jednak zaznaczyć, że na rynku można spotkać wiele produktów „podszywających" się pod stare nazwy, co może sugerować, że mamy do czynienia z nieświadomymi fałszerstwami lub nadużyciami. Dotyczyć to może również niektórych produktów znajdujących się na tzw. Liście Produktów Tradycyjnych w Ministerstwie Rolnictwa i Rozwoju Wsi, jak też produktów posiadających certyfikat unijny dla tego rodzaju wyrobów.

Fot. 1. Targi „Agrobieszczady 2013" w Lesku
Źródło: fot. J. Krupa

Jedynie upowszechnianie rzetelnej wiedzy o tradycjach kulinarnych i wyrobach regionalnych, a także rygorystyczne przestrzeganie zasad rejestracji i kontroli produktu lokalnego, tradycyjnego i regionalnego, może zmienić tę sytuację. Pozwoli to na zachowanie szacunku dla rodzimej tradycji i wspólnego dziedzictwa kulturowego, w tym także kulinarnego.

Gospodarka wolnorynkowa, globalizacja, rozwój handlu międzynarodowego, spowodowały znacznie większą i lepszą dostępność do żywnościowych towarów importowanych. Stąd też obserwujemy coraz częściej pojawianie się okresowo nowej mody na kształtowanie preferencji żywieniowych – pojawiają się, m.in. chińskie i wietnamskie restauracje, a młodzież chętnie spędza czas w barach szybkiej obsługi, konsumując jedzenie typu fast food.

Na szczęście świadomi konsumenci coraz częściej szukają żywności wysokiej jakości, która jednocześnie wyróżnia się niepowtarzalnym smakiem i aromatem oraz cechami estetycznymi. Te kryteria spełniają produkty wytwarzane tradycyjnymi metodami w wielu regionach Polski, w tym także na Podkarpaciu. Należy jednak zaznaczyć, że wartość odżywcza produktów tradycyjnych nie różni się zasadniczo od wartości żywności konwencjonalnej, natomiast bardziej istotna różnica dotyczy jej wartości żywieniowej, czyli minimalnej zawartości substancji dodatkowych (lub ich nieobecność) oraz wysokich walorów smakowych. Z kolei w żywności przemysłowej, wysoko przetworzonej obecność dodatków chemicznych jest zjawiskiem powszechnym, a niedobór witamin i składników mineralnych często wynika z zastosowanych procesów technologicznych. Stwierdza się również brak błonnika pokarmowego w konwencjonalnej żywności, co może niekorzystnie oddziaływać na funkcjonowanie organizmu człowieka, zwłaszcza młodego.

Produkty tradycyjne i regionalne oraz żywność ekologiczna stanowią zatem swoistą alternatywę dla produktów spożywczych o wysokim stopniu przetworzenia, zarówno na rynkach światowych, jak i na rynku krajowym.

Rozważając problem pożywienia, uświadamiamy sobie, że jego pozyskiwanie, przetwarzanie i zabezpieczanie (konserwowanie i utrwalanie), wreszcie jego konsumpcja z zachowaniem powszechnie obowiązującej etykiety, czy wręcz rytuału, odgrywa istotną rolę w bardzo wielu dziedzinach życia, w tym tzw. kultury stołu. Dość często zaczynamy się zastanawiać, czy aby „człowiek nie żyje po to, by jeść"?, zamiast „jeść po to, aby żyć". Zauważa się ponadto wielki problem nadprodukcji i nadkonsumpcji żywności w krajach wysoko rozwiniętych, problem marnotrawstwa żywności w sytuacji, gdy każdego dnia z głodu umierają setki tysięcy ludzi, zwłaszcza dzieci.

Celem artykułu jest przedstawienie problematyki związanej z tradycjami kulinarnymi regionu podkarpackiego, znaczeniem produktów tradycyjnych i regionalnych w rozwoju turystyki kulinarnej oraz z działaniami na rzecz ich promocji. W zarysie scharakteryzowano wybrane wyroby i potrawy kulinarne oraz obiekty gastronomiczne na terenie Pogórza Dynowskiego serwujące coraz częściej poszukiwane produkty żywnościowe. Zwrócono uwagę na imprezy promujące tradycje kulinarne Podkarpacia oraz producentów z branży przetwórstwa rolno-spożywczego zajmujących czołowe miejsca na tzw. Liście Produktów Tradycyjnych.

2. Działania na rzecz promocji tradycyjnych i regionalnych produktów żywnościowych

Działania marketingowe, a zwłaszcza promocja, są formą komunikacji przedsiębiorstwa z otoczeniem. Poprzez wykorzystanie różnych środków i działań przekazywane są odbiorcom informacje o produkcie, idei, koncepcji, mające na celu zwiększenie ich wiedzy w zakresie danej tematyki, natomiast organizacji pomagają w tworzeniu odpowiedniej dla niej preferencji na rynku i tworzeniu marki. Promocja spełnia dwie ważne funkcje, tj. informacji i wspierania sprzedaży.

Produkty żywnościowe w turystyce województwa podkarpackiego mają duże znaczenie, m.in. z uwagi na bogate tradycje kulinarne tego regionu, wynikające z uwarunkowań przyrodniczo-geograficznych oraz zróżnicowania kulturowego społeczeństwa. Produkty tradycyjne i regionalne stały się w ostatnich latach nieodzownym elementem promującym miasta, regiony i państwa. Dają świadectwo historii, kultury i walorów przyrodniczych. Ponadto są wyrazem tożsamości regionalnej i zarazem ją kształtują, a także są elementem wzbogacającym regiony. Turyści poszukują wyrobów tradycyjnych, lokalnych i regionalnych, bo one podkreślają smak i klimat regionu, do którego przybyli.

Produkt tradycyjny i regionalny jest szansą dla małych społeczności i wielką atrakcją dla konsumentów (turystów, mieszkańców). Ambicją władz samorządowych i organizacji społecznych powinno stać się zbieranie, możliwie jak najwięcej informacji o tych lokalnych produktach. Mogą one stanowić wizytówkę wsi, gminy, powiatu, regionu czy kraju. Należy jednak szczególnie promować charakterystyczne produkty żywnościowe z danego regionu, które jednoznacznie utożsamiane są z obszarem recepcji turystycznej i mogą być traktowane jako produkt żywnościowy markowy. Dla przykładu można wymienić kilka charakterystycznych produktów żywnościowych tradycyjnych i regionalnych kojarzonych z danym obszarem, np. oscypek i bryndza podhalańska (na Podhalu), Podkarpacki miód spadziowy i Golonka podkarpacka z Pilzna (Podkarpacie). Ponadto Rogal świętomarciński (Wielkopolska), Obwarzanek krakowski (Małopolska) czy Kołacz śląski (Górny Śląsk). Produkty te posiadają, jako nieliczne, certyfikaty unijne i cieszą się wśród turystów dużym zainteresowaniem. Stanowią specyficzną pamiątkę z turystycznego pobytu w danym regionie na własny użytek bądź dla najbliższej rodziny i przyjaciół. Sprzedaje się je w dużych ilościach, m.in. w centralnych punktach danej miejscowości lub na parkingach przy atrakcjach turystycznych regionu. Na ogół nie trzeba turystów zachęcać do kupna tego rodzaju produktów, bowiem powszechnie wiadomo, że dany wyrób żywnościowy posiada pożądane i specyficzne walory smakowe, a nawet wyższa cena jego zakupu nie stanowi istotnej bariery w jego nabyciu[1].

W wielu krajach producenci wyrobów tradycyjnych i regionalnych przemieszczają się między jedną miejscowością wypoczynkową a drugą w dni handlowe (które wypadają w różne dni, często w niedzielę i święta). Producenci nie działają na własną rękę, ale wspólnie – w ten sposób zostają liczącym się partnerem w transakcjach handlowych.

[1] M. Perzyński, *Oscypek i wiesz wszystko,* „Aktualności Turystyczne", lipiec 2013, na podstawie www.aktualnosci-turystyczne.pl/produkt-turystyczny/oscypek-i-wiesz-wszystko/ (dostęp: 25.07.2013).

Turyści odwiedzający Podkarpacie coraz częściej interesują się turystyką kulinarną, a w tym regionie istnieją liczne zakłady oferujące regionalne produkty, gospodarstwa agroturystyczne kultywujące tradycje kulinarne, a powstające kolejne winnice stwarzają duże możliwości rozwijania tej formy turystyki oraz wyznaczania tematycznych szlaków kulinarnych. W województwie podkarpackim planuje się wytyczenie szlaku kulinarnego pt. „Smaki Podkarpacia", przy dużym zaangażowaniu pracowników Stowarzyszenia „Pro Carpathia" z siedzibą w Rzeszowie, który obejmowałby już istniejące szlaki, jak. np. „Podkarpacki Szlak Winnic", „Szlak Podkarpackiego Jadła i Wina". Należy podkreślić, że powstające nowe winnice oraz karczmy i zajazdy sprzyjają tego rodzaju przedsięwzięciu, a zarazem wzbogacają ofertę turystyczną regionu. Niestety, nie wszyscy właściciele winnic czy obiektów gastronomicznych są świadomi celowości tworzenia szlaku i możliwości wspólnej promocji.

Działaniem sprzyjającym sprawnej organizacji tego rodzaju imprez kulinarnych jest zrzeszenie się producentów, np. w stowarzyszenie lub działanie w formie klastra, co pozwala wyłonić reprezentację producentów jako partnerów do rozmów, np. z urzędem marszałkowskim, instytucją okołobiznesową czy ośrodkiem naukowym w zakresie wspólnych badań i rozwoju (B+R).

Na rynku wydawniczym pojawiło się kilka wyjątkowych pozycji, stanowiących katalog produktów tradycyjnych i regionalnych w województwie podkarpackim, a zarazem będących przewodnikami kulinarno-turystycznymi po regionie. Są to, m.in. „Wędrówki podkarpackie. Szlakiem jadła i wina" wydane przez Podkarpacką Regionalną Organizację Turystyczną w 2012 r. W opracowaniu przedstawiono krótką historię regionu, jego zabytki i ludowe dziedzictwo, a przede wszystkim dokonano charakterystyki imprez kulinarnych odbywających się w atrakcyjnych pod względem turystycznym miejscowościach.

Urząd Marszałkowski Województwa Podkarpackiego, Departament Promocji i Turystyki opublikował wydawnictwo promocyjne w 2012 r. „Kulinarne opowieści, czyli wędrówki po smakach województwa podkarpackiego". Zaprezentowano w nim walory potraw dworskich i kuchni pogranicza, tradycje wołoskie, walory potraw ekologicznych oraz architekturę obiektów gastronomicznych w regionie podkarpackim. Praktycznym dodatkiem do przewodnika jest umieszczenie kalendarium imprez kulinarnych na terenie województwa podkarpackiego.

Kolejną pozycją jest przewodnik kulinarno-turystyczny po regionie „Podkarpackie smaki" (wydany w 2012 r.), zawierający bogaty katalog produktów tradycyjnych w województwie podkarpackim. Jest to kolejna „kulinarna" publikacja Stowarzyszenia „Pro Carpathia", a zarazem pierwsza nie tylko w skali województwa opracowana na tak dużą skalę. W przewodniku opisano aż 106 obiektów gastronomicznych oraz 111 podkarpackich produktów tradycyjnych, a całość zilustrowano blisko 400 zdjęciami. Dla przejrzystości informacje pogrupowano w trzech obszarach regionalnych: Bieszczady i Beskid Niski, Pogórza oraz Nizina Kolbuszowska i Roztocze[2]. Kulinarne kompendium wiedzy wzbogacono o szereg ciekawostek historycznych, etnograficznych oraz turystycznych. Zamieszczone zostały przydatne dla turystów dane teleadresowe

[2] http://www.podkarpackiesmaki.pl/pl/aktualnosci/art144,podkarpackie-smaki.html (dostęp: 25.06.2013).

punktów informacji turystycznych, a także polecane strony internetowe o atrakcjach turystyczno-przyrodniczych województwa i poszczególnych jego obszarów. Publikacja jest elementem projektu „Alpejsko-Karpacki Most Współpracy", współfinansowanego przez Szwajcarię w ramach Szwajcarskiego Programu Współpracy z nowymi krajami członkowskimi Unii Europejskiej.

Istotnym elementem przewodnika jest również prezentacja podkarpackich producentów, którzy zarejestrowali swoje produkty na krajowej Liście Produktów Tradycyjnych w MRiRW. Na listę wpisywany jest produkt, którego jakość lub wyjątkowe cechy i właściwości wynikają ze stosowania tradycyjnych metod produkcji oraz jest on elementem tożsamości kulturowej regionu, z którego pochodzi. Podkarpacie może się poszczycić pierwszym miejscem, bowiem aż 154 tego typu produktów zostało umieszczonych na liście (ryc. 1). Na drugim miejscu *ex aequo* znajdują się: województwo pomorskie i śląskie (po 136 produktów), zaś na trzecim województwo lubelskie – 114 produktów (dane z dnia 16.01.2014 r.). Lista Produktów Tradycyjnych jest prowadzona przez kooperatywę marszałków województw oraz Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi.

Ryc. 1. Lista Produktów Tradycyjnych według województw

Źródło: http://www.minrol.gov.pl/pol/Jakosc-zywnosci/Produkty-regionalne-i-tradycyjne/Lista-produktow-tradycyjnych/ (dostęp: 16.01.2014)

W rejestracji wyrobów mięsnych dominują duże i średnie zakłady, takie jak: Przedsiębiorstwo Przemysłu Mięsnego „TAURUS" Sp. z o.o. w Pilźnie (8 produktów mięsnych i 5 mącznych), Zakłady Mięsne „SMAK-GÓRNO" Sp. z o.o. w Górnie (10 mięsnych) i Zakłady Mięsne „Jasiołka" w Dukli (5 mięsnych) i wielu innych mniejszych producentów.

Głównym celem utworzenia listy jest promocja i rozpowszechnianie informacji o produktach wytwarzanych tradycyjnymi metodami na terenie kraju, a pośrednio przygotowanie producentów do ochrony nazw produktów i wpisaniu do rejestru unijnego[3]. Lista promuje produkty, natomiast brak informacji o producentach powoduje, że muszą oni sami zadbać o reklamę swoich wyrobów i potraw. Duże i średnie zakłady przetwórstwa rolno-spożywczego dysponują odpowiednimi środkami na promocje, natomiast małe firmy rodzinne, osoby fizyczne, koła gospodyń wiejskich czy stowarzyszenia nie posiadają wystarczających środków finansowych na prowadzenie promocji, a nawet na uruchomienie stałej produkcji.

Opublikowane wydawnictwa oraz planowane szlaki kulinarne są odpowiedzią na zgłaszane potrzeby ze strony turystów. Turystyka kulinarna ciesząca się dużym zainteresowaniem na zachodzie, głównie we Francji, dociera także do Polski i na Podkarpacie. Należy sądzić, że utworzenie szlaków znacząco przyczyni się do poszerzenia oferty turystycznej regionu, jego promocji, a także podniesienia jakości oferowanych usług gastronomicznych. Obiekty znajdujące się na szlakach, zostaną poddane certyfikacji według określonej kategoryzacji, np. obiekt noclegowy oferujący „smaczne jadło", impreza promująca „smaczne jadło", obiekt gastronomiczny oferujący „smaczne jadło" inne (np. winnice)[4].

Działania każdego przedsiębiorstwa, także związanego z żywnością i przemysłem spożywczym, muszą uwzględniać rynkowe tendencje i zachowania klientów, chroniąc swoją działalność przed zagrożeniami oraz wykorzystywać każdą okazję. Unia Europejska w swojej koncepcji dotyczącej produktu tradycyjnego i regionalnego sprzyja działaniom przedsiębiorstw, które nastawione są z jednej strony na zaspokajanie potrzeb klientów, a z drugiej na kreowanie tych potrzeb, m.in. w aspekcie zachowania tradycji kulturowych oraz kształtowania preferencji konsumenckich i żywieniowych.

Do głównych działań, mających na celu promocję żywieniowych produktów tradycyjnych na szczeblu lokalnym, regionalnym czy narodowym oraz zniwelowanie różnic występujących pomiędzy rynkiem tych specyficznych produktów w Unii Europejskiej i Polsce, należą, m.in.:[5]

1. Zinwentaryzowanie lokalnych produktów kulinarnych, tworzenie ksiąg z opisem historii ich powstania, procedurami wytwarzania, stosowanymi produktami i przyprawami, a nawet sposobem podawania.
2. Zwiększenie zaangażowania w promocję produktów kulinarnych na szczeblu lokalnym i regionalnym zarówno jednostek administracyjnych, jak i organizacji turystycznych, izb gospodarczych, organizacji i stowarzyszeń kulturalnych i społecznych.
3. Uświadomienie lokalnym społecznościom potencjału zawartego w regionalnych i tradycyjnych produktach kulinarnych, tak ważnego dla rozwoju i promowania danego obszaru.

---

[3] *Przewodnik kulinarno-turystyczny po regionie „Podkarpackie smaki". Katalog produktów tradycyjnych w województwie podkarpackim,* Wyd. Stowarzyszenia na Rzecz Rozwoju i Promocji Podkarpacia „Pro Carpathia", Rzeszów 2012, s. 91–92.

[4] http://www.podkarpackie.travel.pl (dostęp: 26.07.2013).

[5] J. Czachara, J. Krupa, *Smaki Bieszczadów,* [w:] *Kulturowe uwarunkowania żywienia w turystyce,* (red.) H. Makała, Wyższa Szkoła Turystyki i Języków Obcych w Warszawie, Warszawa 2013, s. 77–100.

4. Włączenie gastronomii w zakres strategii rozwoju turystyki danego obszaru.
5. Organizacja imprez: targi, spotkania, warsztaty festiwale, konferencje, wystawy, mających na celu promowanie tradycyjnej sztuki kulinarnej poprzez bliższą możliwość poznania produktów – od wytwarzania do degustacji (i zakupu), zachęcanie społeczeństwa do udziału w imprezach.
6. Ułatwienie klientom dostępu do produktów i potraw lokalnych i regionalnych poprzez sprzedaż w punktach gastronomicznych, co umożliwi nie tylko ich degustację, ale także zaznajomienie się z szerokim asortymentem tych wyrobów.
7. Podnoszenie jakości i poziomu świadczonych usług gastronomicznych.
8. Uproszczenie procedur legislacyjnych nadawania certyfikatów i znaków jakości, jak też umożliwienie sprzedaży na wspólnym rynku.
9. Prowadzenie badań dotyczących problematyki kulinarnej, w tym znajomości lokalnych, tradycyjnych i regionalnych potraw wśród konsumentów, motywów zainteresowania nimi, czynników decydujących o ich wyborze.
10. Uatrakcyjnianie usług gastronomicznych poprzez elementy folkloru, kuchnie specjalistyczne (np. kuchnia dworska czy myśliwska danego obszaru), odtwarzanie lokalnych obyczajów kulinarnych.
11. Promowanie poprzez odpowiednie oznakowanie, tworzenie szlaków kulinarnych obiektów gastronomicznych, w których klienci mogą zapoznać się z lokalnymi, tradycyjnymi i regionalnymi specjałami.
12. Szkolenie przyszłych restauratorów i kucharzy w zakresie tworzenia potraw i jadłospisów w oparciu o autentyczne tradycje kulinarne regionu (i kraju).
13. Osiąganie dodatkowego dochodu (ograniczenie migracji młodzieży, rozwój agroturystyki, przemiany na obszarach wiejskich).
14. Ochrona dziedzictwa kulturowego regionu (rozwijanie pasji, sztuki i pielęgnowania tradycji i zwyczajów).
15. Kształtowanie racjonalnych nawyków żywieniowych, zwłaszcza wśród młodzieży (alternatywa dla żywności przemysłowej, wysoko przetworzonej i kalorycznej).

Powyższe działania mają zapewnić warunki dla lepszego rozwoju niszowego obecnie rynku produktów lokalnych, tradycyjnych i regionalnych w Polsce oraz zwiększyć ich konkurencyjność na wspólnym rynku.

Przy wciąż zmieniających się trendach dotyczących kierunków wyjazdów, motywacji i oczekiwań turystów, Polska, poprzez swoje bogate dziedzictwo kulturowe i historyczne, różnorodną kuchnię, rozwijającą się infrastrukturę hotelarską i gastronomiczną, piękno przyrody, ciekawe wydarzenia i imprezy kulturalne oraz podziwianą przez inne narody gościnność, ma szansę na zwiększenie przyjazdów do Polski gości zagranicznych, w tym także turystów z USA, którzy głównie zainteresowani są turystyką kulturową, a tym samym kulinarną[6].

[6] *Amerykanie nad Wisłą*, „Aktualności Turystyczne", nr 11–12, 1998, s. 2–3, [w:] T. Jędrysiak, *Turystyka kulturowa*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2008, s. 113.

Usługi gastronomiczne oparte na tradycjach lokalnych kuchni stają się coraz bardziej istotnym i znaczącym elementem rozwoju nie tylko gastronomii, ale także turystyki na obszarze recepcyjnym. Warto mieć na uwadze słowa J. Purchla: „kultura, rzekomo nieproduktywna, pracuje w istocie na inne sektory. Najlepiej to widać na przykładzie dziedzictwa kulturowego, które w wielu krajach, również słabiej rozwiniętych, jest kołem zamachowym rozwoju przemysłu turystycznego”[7].

Kultywowanie tradycji kulinarnych jest bez wątpienia jedną z form ochrony dziedzictwa kulturowego regionu, która przyczyni się do zwiększenia ruchu turystycznego w regionie, ale także będzie stanowiła inspirację dla pozostałych podmiotów sektora okołoturystycznego do działania na rzecz rozwoju infrastruktury turystycznej.

3. Tradycyjne i regionalne potrawy z Podkarpacia oraz wybrane obiekty gastronomiczne na Pogórzu Dynowskim

Województwo podkarpackie posiada bardzo bogate dziedzictwo kulinarne. Gastronomia w tym regionie przeżywa prawdziwe odrodzenie, ponieważ modne stało się odkrywanie zapomnianych smaków oraz promowanie regionalnej sztuki kulinarnej. Tradycyjne potrawy powstrzymują w gastronomii globalizację, która jest „klęską dobrej kuchni” oraz „klęską dla narodowej kultury”[8].

Popularnymi potrawami na **Podkarpaciu** są: zupy z jarzynami, grochem i fasolą, żur, kasza jęczmienna, owsianka, pierogi razowe z różnym nadzieniem, placki ziemniaczane, gołąbki z ziemniakami i z kaszą gryczaną, potrawy z dziczyzny i ryb (pstrąg, karp), ziemniaki z kwaśnym mlekiem.

Bieszczady i Beskid Niski to oczywiście kuchnia Łemków i Bojków. Ze względu na trudne warunki górskiego klimatu opierająca się najczęściej na wyrobach mlecznych, potrawach ziemniaczanych, różnych gatunkach kasz czy też na zbiorach z łąk i lasów. W kuchni były więc hreczanyki, knysze, kugiel, krężałki, hałuszki, małdrzyki czy szabanka (fot. 2). Dziś tych specjałów można zakosztować, odwiedzając niektóre beskidzkie gospodarstwa agroturystyczne, zajazdy i karczmy[9].

---

[7] J. Purchla, *Dziedzictwo a transformacja,* MCK w Krakowie, Małopolska Szkoła Administracji Publicznej Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków 2005, 2, s. 15–16 [za:] A. Niemczyk, *Dziedzictwo kulinarne jako element tworzący jakość produktu turystycznego,* [w:] Rocznik Naukowy Wyższej Szkoły Turystyki i Rekreacji im. M. Orłowicza w Warszawie, t. 7, Warszawa 2008, s. 203.

[8] J. Krupa, K. Krupa, *Dziedzictwo kulinarne jako produkt turystyczny Polski,* [w:] *Turystyka i rekreacja szansą rozwoju aktywności społecznej,* (red.) R. Grzywacz, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania, Rzeszów 2008, s. 19–32.

[9] http://www.podkarpackiesmaki.pl/pl/aktualnosci/art144,podkarpackie-smaki.html (dostęp: 25.06.2013).

Fot. 2. Hreczanyki, czyli mielone z kaszą gryczaną
Źródło:http://bibliasmakow.pl/hreczanyki-czyli-mielone-z-kasza-gryczana/

Obszar Pogórzy – najniżej położona część polskich Karpat, był zamieszkany przez potomków osadników polskich i niemieckich oraz ludności ruskiej. W ciągu wielu pokoleń te grupy etniczne wzajemnie się przenikały, co można zaobserwować w ówczesnej kuchni. W ich codziennym pożywieniu dominowały potrawy pochodzenia roślinnego, których dostarczało gospodarstwo i las. Na stołach królowały potrawy mączne i kasze. Popularna była kasza jaglana z prosa, giermuszka robiona na mące żytniej lub jęczmiennej, prażuch przygotowywany z pszennych otrąb, stokfist, czyli fasola ze śliwkami.

W codziennym pożywieniu dawnej wsi dominowały potrawy pochodzenia roślinnego, zwłaszcza mączne, jak: różnego rodzaju kluski wyrabiane z pszennej lub żytniej mąki i zalewane gotowanym mlekiem, kiszonym kwasem z kapusty lub rosołem[10]. Potrawą obiadową najczęściej były kluski z żurem lub grzybami czy fasolą, pierogi z serem, kapustą kiszoną, jabłkami lub powidłem. Popularnymi, a zarazem pospolitymi potrawami były: groch z kapustą, barszcz na serwatce zabielanej śmietaną i mąką, stokfist (fot. 3).

[10] *Przewodnik kulinarno-turystyczny po regionie „Podkarpackie smaki". Katalog produktów tradycyjnych w województwie podkarpackim…, op. cit.*, s. 40–41.

Fot. 3. Stokfist – fasola ze śliwkami
Źródło:http://www.przepis-kulinarny.pl/fasola-z-suszonymi-sliwki-id1590.html

Atrakcje turystyczne Pogórza Dynowskiego to nie tylko piękno drewnianych kościołów i cerkwi, wspaniałych zamków i pałaców, ścieżek turystycznych wśród nieskażonej przyrody, to również obecność stylowych, drewnianych obiektów gastronomicznych oraz restauracji mieszczących się w historycznych budowlach.

Przykładem może być **Karczma „Pod Semaforem" w Bachórzu** koło Dynowa (fot. 4). W otoczeniu ciekawego krajobrazu przyrodniczego oraz w pomieszczeniach wypełnionych stuletnimi mapami kolejowymi, litografiami (nawiązującymi do historii kolejnictwa) oraz zabytkowymi kartami pocztowymi z najbliższych okolic i innymi oryginalnymi bibelotami podawane są tradycyjne dania i napoje, m.in.: żurek dynowski, barszcz czerwony wiejski, kartoflanka, golonka bez kości, flaczki domowe, żeberka duszone w kapuście, dania mięsne i rybne z grilla, pierogi kresowe, kiełbasa z sosem cebulowym, szaszłyki, proziaki z masłem czosnkowym i chleb ze smalcem. W karcie dań można również znaleźć kwas chlebowy oraz sok z brzozy. Dobór dań uwarunkowany bywa sezonowością.

Fot. 4. Karczma „Pod Semaforem"
Źródło: http://www.podsemaforem.pl/galeria/galeria.php?wo=zewnatrz&action=show&file=30#galeria

Innym godnym polecenia obiektem gastronomicznym jest **Restauracja Zamkowa w Dubiecku** (hotel, restauracja, winiarnia – fot. 5). Restauracja znajduje się w XVI--wiecznym zamku, będącym wcześniej własnością Stadnickich i Krasickich.

Fot. 5. Restauracja Zamkowa w Dubiecku
Źródło: http://www.google.pl/search?q=Restauracja+-Zamek+Dubiecko

Serwowane są dania kuchni staropolskiej i myśliwskiej, m.in.: zupa borowikowa z cielęcymi pulpecikami, żurek, barszcz z uszkami, polędwiczki wieprzowe w cieście francuskim, pieczeń z jelenia z sosem z czerwonego wina, pieczony schab z dzika z maślakami duszonymi w śmietanie, kaczka na karmelizowanych jabłkach w miodzie, pierogi, sandacz w sosie grzybowym. W karcie dań można znaleźć również potrawy z kuchni francuskiej i włoskiej. Jak już podkreślano, istotne znaczenie dla podtrzymania tradycji kulinarnej i kultywowania kultury województwa podkarpackiego mają wielobarwne festyny, festiwale, wystawy, konkursy oraz pokazy produktów lokalnych, tradycyjnych i regionalnych. Jest to forma aktywnej promocji i budowania marki w dłuższym okresie czasu.

Na Pogórzu Dynowskim w lipcu organizowany jest **Festiwal Pogórzańskich Klimatów**. Głównymi organizatorami są Urząd Gminy Dubiecko oraz Gminne Stowarzyszenie Kobiet w Dubiecku założone w 2007 r. W ramach Festiwalu Pogórzańskich Klimatów odbywają się konkursy kulinarne na zupę, danie główne (pierogi) i przetwory Pogórza oraz konkurs na przygotowanie proziaków.

W działaniach ułatwiających współpracę między wytwórcami oraz promocję wyrobów tradycyjnych uczestniczą aktywnie, m.in.: Samorząd Województwa Podkarpackiego, Stowarzyszenie na Rzecz Rozwoju i Promocji Podkarpacia „Pro Carpathia", miasta i gminy (gospodarze imprez), domy kultury oraz koła gospodyń wiejskich.

W Gminie Nozdrzec (sołectwo Hłudno) działa Koło Gospodyń Wiejskich założone w 1973 r., zrzeszające ok. 25 gospodyń, specjalizujących się w wytwarzaniu tradycyjnych potraw, jak: pierogi ruskie, knedle i tarte placki oraz deserów w postaci ciasta z truskawkami lub szarlotki. W Izdebkach-Rudawcu aktywnie działa Stowarzyszenie Kobiet Wiejskich zrzeszające twórców współczesnej literatury ludowej – Danutę Czaję i Józefa Cupaka.

4. Podsumowanie

Kuchnia, to nierozerwalny element historii, kultury i tradycji każdego regionu. To jeden z najprostszych i najłatwiej dostrzegalnych przez turystów elementów identyfikujących region, a zarazem obiekt poszukiwań gości pragnących „zasmakować" klimatu danego miejsca i kraju. Potrawy tradycyjne i regionalne są jednym z najprostszych elementów do dostrzeżenia przez turystów, a zatem niezwykle ważnym, stąd też może dziwić fakt dużego oporu w procesie ich wprowadzania do wielu zakładów gastronomicznych w regionie podkarpackim.

Tym bardziej propagowanie wprowadzania przez restauratorów potraw prawdziwie regionalnych jest rzeczą niezwykłej wagi, zwłaszcza że w większości regionów atrakcyjnych pod względem turystycznym wzrasta zainteresowanie tą tematyką wśród przedstawicieli branży turystycznej, co wymuszane jest poprzez oczekiwania gości.

Dawniej główną rolę w sposobie żywienia odgrywały warunki naturalne, geograficzne i społeczno-gospodarcze, podlegające też różnym wpływom obcych kultur, religii i obyczajów. Podobnie było w regionie podkarpackim. Żyjący obok siebie, po sąsiedzku Bojkowie, Łemkowie, Żydzi czy Polacy, różnili się nie tylko kulturą i tradycjami, ale

także sztuką kulinarną. Z biegiem czasu różnice te się zacierały, przejmowano pewne zwyczaje kulinarne, sposób doprawiania i przygotowywania potraw.

Kulinarne dziedzictwo podkarpackich wsi oparte jest na tradycyjnej kuchni chłopskiej, z elementami kuchni ziemiańskiej, która ukształtowała się w XIX w. w czasie zaborów[11]. Potrawy podkarpackiej kuchni były proste i ubogie, na co wpływały warunki klimatyczne i uprawy rolne. Receptura ich przyrządzania opierała się głównie na płodach leśnych i rolnych. Na polach siano przede wszystkim zboża: owies, w mniejszych ilościach żyto, pszenicę, jęczmień czy orkisz, z roślin okopowych: kapustę, buraki, ziemniaki, rzepę. W przydomowych ogródkach rosła marchew, groch i bób, sadzono też drzewa owocowe: jabłonie, grusze i śliwy. Len i konopie uprawiano głównie na własne potrzeby. Z dzikich płodów roślinnych wykorzystywano szczaw zwany „kwaskiem", leśne jagody, grzyby, orzechy czy sok ze świerka i brzozy, które były także lekarstwem na choroby płuc. Wiele roślin spożywano na surowo: cebulę, marchew, rzepę, czosnek, groch czy leśne owoce i jagody, niektóre, jak kapustę, buraki, grzyby czy ogórki kwaszono, a inne – groch i owoce, suszono.

Podstawą w odżywianiu było przerabiane na mąkę i kasze zboże oraz kapusta i ziemniaki. Mięso jadano od święta, rzadko też nabiał (głównie mleko i ser), który w większości przeznaczony był na sprzedaż. Powszechne było za to łowienie ryb. Dziś dawny sposób odżywiania uznany byłby za niewłaściwy, jadano bowiem trzy, a bywało, że tylko dwa razy dziennie.

Od kilku lat można zauważyć wzrost zainteresowania tradycyjnymi i regionalnymi wyrobami. W odróżnieniu od produktów wytwarzanych na masową skalę, kuszą one niepowtarzalnym smakiem, jakością, charakterem i tradycyjną recepturą. Polska jest bez wątpienia krajem bogatym w obrzędy, tradycje i zwyczaje, co można wykorzystać poprzez promowanie unikalnych produktów zarówno w kraju, jak i poza jego granicami. Polska, jako kraj członkowski Unii Europejskiej, uprawniona jest do korzystania z możliwości, jakie daje system certyfikowania i znakowania produktów spożywczych najwyższej jakości, które mają źródło w kulturze oraz specyfice regionu pochodzenia.

Rynek żywności tradycyjnej w polskiej rzeczywistości gospodarczej jest specyficzny i stosunkowo młody. Dla wielu wytwórców może stać się on głównym źródłem utrzymania, ale tylko wtedy, gdy będzie wystarczająca liczba nabywców tego typu żywności. Pozwoli to na efektywne konkurowanie polskich produktów na arenie międzynarodowej. Z przedstawionych informacji wynika, że żywność tradycyjna nabiera coraz większego znaczenia. Dla dalszego rozwoju konieczne jest ulepszenie prawnych uwarunkowań produkcji i dystrybucji produktów tradycyjnych.

[11] M. Woźniczko, D. Orłowski, *Kuchnia ludowa jako regionalny produkt agroturystyczny Podkarpacia,* [w:] *Marka wiejskiego produktu turystycznego,* (red.) P. Pilch, Wyd. Akademii Morskiej w Gdyni, Gdynia 2009, s. 140–147.

Bibliografia

1. Czachara J., Krupa J., *Smaki Bieszczadów,* [w:] *Kulturowe uwarunkowania żywienia w turystyce,* (red.) H. Makała, Wyższa Szkoła Turystyki i Języków Obcych w Warszawie, Warszawa 2013.
2. Krupa J., Krupa K., *Dziedzictwo kulinarne jako produkt turystyczny Polski,* [w:] *Turystyka i rekreacja szansą rozwoju aktywności społecznej,* (red.) R. Grzywacz, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania, Rzeszów 2008.
3. Purchla J., *Dziedzictwo a transformacja,* MCK w Krakowie, Małopolska Szkoła Administracji Publicznej Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków 2005, 2, 15–16 [za:] A. Niemczyk, *Dziedzictwo kulinarne jako element tworzący jakość produktu turystycznego,* [w:] Rocznik Naukowy Wyższej Szkoły Turystyki i Rekreacji im. M. Orłowicza w Warszawie, t. 7, Warszawa 2008.
4. Woźniczko M., Orłowski D., *Kuchnia ludowa jako regionalny produkt agroturystyczny Podkarpacia,* [w:] *Marka wiejskiego produktu turystycznego,* P. Palich (red.), Wydawnictwo Akademii Morskiej w Gdyni, Gdynia 2009.

Bibliografia uzupełniająca

1. *Amerykanie nad Wisłą,* „Aktualności Turystyczne", nr 11–12, 1998, s. 2–3, [w:] T. Jędrysiak, *Turystyka kulturowa,* Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2008.
2. Perzyński M., *Oscypek i wiesz wszystko,* „Aktualności Turystyczne", lipiec 2013, na podstawie www. aktualnosciturystyczne.pl/produkt-turystyczny/oscypek-i-wiesz-wszystko/
3. *Przewodnik kulinarno-turystyczny po regionie „Podkarpackie smaki". Katalog produktów tradycyjnych w województwie podkarpackim,* Wydawnictwo Stowarzyszenia na Rzecz Rozwoju i Promocji Podkarpacia „Pro Carpathia", Rzeszów 2012.

Źródła internetowe

1. http://www.podkarpackie.travel.pl
2. http://www.podkarpackiesmaki.pl/pl/aktualnosci/art144,podkarpackie-smaki.html