

Prądnik. Prace Muz. Szafera	20	197–210	2010
-----------------------------	----	---------	------

CZESŁAW GUZIK, PRZEMYSŁAW GREŁA

Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej UJ
ul. Gronostajowa 7, 30–387 Kraków

**PRODUKT LOKALNY BIESZCZADZKICH WSI
PRZYKŁADEM EKOLOGICZNEGO GOSPODAROWANIA
W GÓRSKICH OBSZARACH CHRONIONYCH I W ICH SĄSIĘDZTWIE**

**The local product of the Bieszczady region villages as an example of ecological
land use within protected mountainous areas and their neighbourhood**

Abstract. The article describes the Bieszczady Mountains region cultural traditions connected with the production of goods that are currently named the Bieszczady local products. The importance of these unique products of man's work in the mobilization of the Bieszczady region economy is emphasized. It is at the same time pointed out that the economic activity undertaken by the producers of regional goods complies with the rules regarding the conservation of local protected areas, which is undoubtedly favourable for the sustainable development of the Bieszczady region.

Key words: Bieszczady, protected areas, economy, farm tourism, local farm products.

WPROWADZENIE

Na każdym rynku podaż regulowana jest wielkością popytu. W okresie transformacji systemowej kraju spadła opłacalność produkcji rolnej. Wzrost jej kosztów, przy ograniczonym dostępie do rynku – przeważających w południowo-wschodniej Polsce małych gospodarstw, doprowadził do ich zubożenia. Upadek bieszczadzkich Państwowych Gospodarstw Rolnych (PGR) pomnożył bezrobocie w tym zakątku kraju.

Potrzebny był pomysł na szukanie dodatkowych źródeł dochodu w rolnictwie i powiązanych z nim gałęziach gospodarki. Rozwiązań nie mogło być wiele. W dążeniu do celu liczyła się przedsiębiorczość lokalnej społeczności. W poszukiwaniu dróg wyjścia sięgano przede wszystkim do rolniczych i rzemieślniczych tradycji. Owocem tych działań są dobra określane wspólnym mianem bieszczadzskich produktów lokalnych.

W ostatnich latach obserwuje się wzrost popytu na te wytwory ludzkiej pracy. Spowodowane jest to głównie tym, że określają one i znamionują region, z którego się wywodzą. Wyrażają jego tożsamość oraz historię. Dzięki tym produktom społeczeństwo uświadamia sobie potrzebę dbania o dziedzictwo kulturowe, które przez wieki kreowało polskie wartości, zwyczaje oraz przyzwyczajenia kulinarne.

W niniejszym opracowaniu autorzy skupili się na omówieniu bieszczadzkiej tradycji kulturowych, związanych z produkcją poszczególnych produktów lokalnych. W rozważaniach tych zwrócono też uwagę na rolę tych wybranych wytworów ludzkiej pracy w aktywizacji gospodarczej Bieszczadów. Czyniąc to starano się pokazać, że działalność podejmowana przez wszystkich bieszczadzkich producentów produktów lokalnych nie generuje problemów dla ochrony bieszczadzkiej przyrody.

Niniejsza praca oparta została na badaniach terenowych. Jej autorzy idąc w swych zamierzeniach poznania w szerokim kontekście problematyki bieszczadzkiej produktów lokalnych, przeprowadzili szereg wywiadów bezpośrednich z producentami tych wyrobów. W trakcie tych rozmów pytano poszczególnych producentów produktów lokalnych o metody produkcji ich wyrobów oraz o opłacalność ich działalności. Wywiady bezpośrednie z producentami poszczególnych bieszczadzkiej produktów lokalnych przeprowadzono na obszarze 8 bieszczadzkiej gmin (Lutowiska, Czarna, Ustrzyki Dolne, Olszanica, Lesko, Solina, Baligród, Cisna). Wszystkie leżą w obrębie lub w najbliższym sąsiedztwie Bieszczadzkiego Parku Narodowego oraz dwóch parków krajobrazowych (Ciśniańsko-Wetlińskiego i Doliny Sanu). W ujęciu fizycznogeograficznym tak wyznaczony obszar badań mieści się w granicach Bieszczadów Wysokich oraz Niskich (ryc. 1).

Szczegółową rozmowę przeprowadzono też z prezesem Bieszczadzkiego Stowarzyszenia Producentów Lokalnych. Pytano o zasady funkcjonowania tego stowarzyszenia, o formy promocji bieszczadzkiej produktów lokalnych oraz o zasięg przestrzenny ich odbioru. Pomocne w przygotowaniu niniejszego opracowania były prace poświęcone bieszczadzkiej tradycjom wyrobu tych produktów, które obecnie określane są mianem bieszczadzkiej produktów lokalnych (Blin-Olbert, Marciniak 2001; Blin-Olbert 2004).

PO LIKWIDACJI BIESZCZADZKICH PGR

Po wprowadzeniu zasad gospodarki rynkowej 6 PGR bieszczadzkiej (Uherce Mineralne, Serednica, Szczawne, Kalnica, Łupków, Wetlina) upadło. Do 1989 r. w tych rolniczych przedsiębiorstwach państwowych pracowało około 700 osób. Z chwilą likwidacji PGR straciły one pracę, zapewniającą główne, a nierzadko wyłączone źródło dochodów i stabilizację życiową ich rodzin (Guzik, Betlej 2008).

Byli pracownicy rolniczych przedsiębiorstw państwowych długo pozostawali bez pracy. Wynikało to w głównej mierze z ich niskich, zwykle jednostronnych kwalifikacji, często też zaawansowanego wieku, a także trudności przystosowania się do nowych warunków ekonomicznych. Niektórzy liczyli na pracę w mieście (Sanoku, Ustrzykach Dolnych, Lesku). Zamysły te niweczyła jednak konieczność pozostania w zajmowanym służbowym mieszkaniu należącym do upadłego PGR. Czynniki ekonomiczne przesądziły o wstrzymaniu kursowych autobusów dojeżdżających do osiedli PGR. O dojazdach do pracy w mieście własnym samochodem nie mogło być mowy. Niewielu miało wtedy samochód. Paliwo było zbyt drogie. Budżet domowy pozwalał jedynie na zakup niezbędnych artykułów żywnościowych. Przy braku perspektyw poprawy sytuacji życiowej wielu byłych pracowników gospodarstw uspołecznionych, żyjąc jedynie z zasiłków dla bezrobotnych lub innych świadczeń socjalnych uległo marginalizacji zawodowej. Nieodosobnione były przypadki popadania w bierność, apatię, nie mówiąc już o patologii i wykluczeniu społecznym (Musiał 2007).



Ryc. 1. Położenie obszaru badań: 1 – granica państwa; 2 – granica gminy; 3 – granica wsi; 4 – nazwa gminy; 5 – nazwa wsi

Fig. 1. Location of the study area: 1 – state border; 2 – rural district administrative boundary; 3 – village administrative boundary; 4 – rural district name; 5 – village name

Brak pracy szczególnie dotkliwie odczuło młode pokolenie pracowników PGR. Młodzi nie mając własnych dochodów zmuszeni byli odkładać w czasie zakładanie rodziny, bo daleka była perspektywa samodzielnego mieszkania. W tej sytuacji doraźnym rozwiązaniem okazał się sezonowy wyjazd do pracy zarobkowej za granicę.

W latach 90. ubiegłego wieku najczęściej wyjeżdżano do Niemiec, Austrii i Włoch. Wkrótce Włochy w tym rankingu wysunęły się na pierwsze miejsce. Przędowały w tych wyjazdach kobiety. Podejmowały się one najczęściej obowiązków sprawowania opieki nad niepełnosprawnymi osobami w podeszłym wieku. Swoją pomocą służyły też młodym, pracującym zawodowo małżeństwom w prowadzeniu domu i wychowywaniu dzieci. Do Niemiec i Austrii wyjeżdżali zwykle mężczyźni. W tych krajach potrzebowano wielu rąk do pracy. Najbardziej cenieni byli jednak rzemieślnicy, zwłaszcza fachowcy budowlani oraz robotnicy leśni – drwale.

Na placach budowlanych i w lasach zatrudniane były tylko osoby doświadczone zawodowo – w pełni sprawne i dostatecznie wydajne w swym działaniu. Pozostali wyjeżdżali głównie do prac sezonowych w rolnictwie. W niemieckich gospodarstwach rolnych był to m.in. zbiór szparagów. Zwykle sezon prac polowych za granicą trwał 2 miesiące – od połowy maja do połowy lipca. Zależało to od warunków pogodowych i obfitości zbiorów w danym roku. Przy zbiorze szparagów w 90% pracowali mężczyźni. Większość czynności wymaga bowiem dużego wysiłku fizycznego.

Zarobione za granicą pieniądze starczały na utrzymanie rodziny. Połowa wyjeżdżających na zarobek przywiezione stamtąd pieniądze wydawała tylko na bieżącą konsumpcję. Część pochodzącej z zagranicy gotówki przeznaczano dodatkowo na jakąś konieczną inwestycję np. na remont mieszkania czy zakup samochodu.

Z przeprowadzonych badań terenowych wynika, że część byłych pracowników bieszczadzkich PGR nadal utrzymuje swoje rodziny z pracy zarobkowej za granicą. Brak perspektyw na podobnie opłacaną pracę w kraju zmusza te osoby do pracy na obczyźnie.

PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ LOKALNA MIESZKAŃCÓW BIESZCZADZKICH WSI

Sezonowymi wyjazdami zarobkowymi za granicę zainteresowane było przede wszystkim młode pokolenie byłych pracowników bieszczadzkich PGR. Najstarsi i średnie grupy wiekowe nie byli skłonni opuszczać swojego dotychczasowego miejsca zamieszkania – Bieszczadów. Osoby te liczyły na to, że samorządy lokalne zaczną przeciwdziałać masowemu bezrobociu. Stało się jednak inaczej. Brak pracy i lęk o byt jutrzejszego dnia pobudziły rozwój przedsiębiorczości w kręgu byłych pracowników gospodarstw uspołecznionych oraz wśród innych – pozostających na bezrobociu mieszkańców Bieszczadów. Szansą na poprawę swojej dotychczasowej sytuacji materialnej okazał się powrót do niektórych form tradycyjnej wytwórczości lokalnej. Zamyśl ten znalazł swój wyraz w produkcji dóbr określanych wspólnym mianem lokalnych produktów bieszczadzkich. Stawały się nimi: miód pszczeli, sery owcze i kozie, pieczenie z dziczyzny, potrawy z razowej mąki, pieczywo, meble, zabawki drewniane, rzeźby, gobeliny, hafty, obrazy, witraże, kapelusze skórzane, kosze wiklinowe oraz wyroby z bibuły. Zarejestrowano już w Bieszczadach 151 takich i podobnych rodzajów produktów (ryc. 2).



Ryc. 2. Bieszczadzkie produkty lokalne: 1 – granica państwa; 2 – granica gminy; 3 – granica wsi; 4 – nazwa gminy; 5 – nazwa wsi; 6 – produkt lokalny – potrawy; 7 – produkt lokalny – produkty zwierzęce; 8 – produkt lokalny – wyroby rzemiosła artystycznego. Źródło: Opracowano na podstawie wywiadów terenowych (2010 r.)

Fig. 2. Bieszczady local products: 1 – state border; 2 – rural district administrative boundary; 3 – village administrative boundary; 4 – rural district name; 5 – village name; 6 – local product – dishes; 7 – local product – animal products; 8 – local product – handicraft products. Source: Based on the results of field surveys (2010)

By konkurować na rynku trzeba było liczyć na jakość produktu. Głoszone powszechnie poglądy czym dla zdrowia człowieka jest naturalna, pełnowartościowa żywność, zachęcały producentów produktów zwierzęcych do działania. Stawiając na wysoką jakość swoich produktów świadomie podjęli oni trud gospodarowania ekologicznego. Przyjmując normy zrównoważonego gospodarowania w rolnictwie, nawozy sztuczne i chemiczne środki ochrony roślin zastąpiono nawozami organicznymi i naturalnymi preparatami fitosanitarnymi.

W chowie zwierząt stawia się na właściwe żywienie. Bydło, owce i kozy od wiosny do jesieni wypasane są na pastwiskach. Zimą w zagrodzie karmione są sianem, sianokiszonką oraz burakami i brukwią. Paszą treściwą jest śruta zbożowa i otręby ze zbóż uprawianych we własnym gospodarstwie. Jest to gospodarowanie ekologiczne, choć nie zawsze potwierdzone stosownymi certyfikatami. Spełnia to oczekiwania konsumentów. Produkty zwierzęce tej grupy bieszczadzkich rolników łatwo zyskały uznanie na rynku. Są one zawsze świeże, wolne od agrochemii, produkowane nierzadko w obrębie miejscowych parków krajobrazowych (Ciśniańsko-Wetlińskiego i Doliny Sanu), stanowiących otulinę Bieszczadzkiego Parku Narodowego.

Ten krąg rolników upowszechnia w swoim gospodarowaniu, spełniającą normy ochrony przyrody zasadę zrównoważonego rozwoju. W realizacji tego zamysłu zmierza się do tego, aby gospodarowanie w czystych dotąd bieszczadzkich siedliskach rolniczych nie naruszało bliskich naturze układów. Wiedzą o tym miejscowi pszczelarze. Pożytkiem dla pszczoł są tu kwitnące w różnorodnych zespołach rośliny miododajne, spadź oraz uprawiana ekologicznie na polach w pobliżu pasiek facelia błękitna czy trojeść amerykańska. Dzięki tej bioróżnorodności produkowany w Bieszczadach miód wyróżnia się wysoką jakością, wyjątkowym smakiem i aromatem.

Wartości lecznicze i dietetyczne bieszczadzkiego miodu najbardziej doceniają przybywający tu turyści. Podobne obserwacje poczynił już w starożytności Hipokrates. Leczył on miodem rany oraz podawał do spożycia przy chorobach wątroby (Jaśko, Gala 2003).

W Bieszczadach pszczelarstwo ma długoletnią tradycję. Sięga ona drugiej połowy XV w. Rozwinęło się ono zwłaszcza we wschodniej części tego regionu – w dolinie Strwiąży i Stebnika. Mieszkańcy Krościenka – najstarszej na tym obszarze wsi już w XV w. zasiedlali pobliskie doliny, z czasem zakładając pasieki w jednej z nich – w dolinie Stebnika. Nazwa Stebnik w języku staropolskim, jak i staroruskim oznacza „pszczelnik” (Augustyn 2004). Stąd doświadczenia pszczelarskie zaczęły się rozszerzać na inne tereny Bieszczadów. Potwierdzają to relacje dawnych mieszkańców Bandrowa. Uczyli się oni zasad prowadzenia pasieki od bartników z doliny Stebnika. Dzięki tym kontaktom ta gałąź rolnictwa już wtedy kształtowała życie gospodarcze i społeczne Bandrowa. Tradycje te kultywuje do dziś sześciu miejscowych pszczelarzy prowadzących swoje pasieki.

W tradycji mieszkańców Bieszczadów zakorzeniona jest też produkcja serów owczych i kozich. Sztukę serowarstwa przynieśli, osiedlając się na tych terenach pod koniec XV w. Wołosi (Fastnacht 2007). Łatwo asymilowali się oni z liczniejszą lokalną społecznością. Przejmując od niej wzory kultury materialnej, społecznej i duchowej, rozpowszechniali jednocześnie górskie systemy pasterstwa (Dobrowolski 1970). Owce wypasane były głównie pod masywem Szerokiego Wierchu i Tarnicy (Krukar 2000).

Mimo powojennych zmian osadniczych dziś nawiązuje się do dawnych tradycji. Przykładem może być gospodarstwo agroturystyczne „Kozy Dwór” w Krywym. Utrzymuje się w nim 20 kóz, 4 krowy i 3 owce. Pozyskiwane od tych zwierząt mleko, po wykarmieniu

przychówku wykorzystywane jest na miejscu do domowej produkcji serów. O wysokiej ich jakości decyduje żywienie zwierząt wyłącznie paszami własnego gospodarstwa – trawą pastwiskową w okresie letnim oraz gromadzonym na zimę sianem, roślinami okopowymi i śrutą zbożową. Wyjątkowy smak i wartość dietetyczną produkowanych w tym gospodarstwie serów dostrzegają przyjeżdżający tu na wypoczynek letnicy. Są one dla nich przysmakiem.

Właściciele omawianego gospodarstwa agroturystycznego gospodarują na nieskażonych siedliskach rolniczych. Sami też są orędownikami ekologicznych metod gospodarowania. Dążą do tego, aby ich gospodarstwo było organizmem, w którym produkcja roślinna i zwierzęca są ze sobą powiązane. Taki – koegzystujący z naturą sposób gospodarowania zaowocował przyznaniem w 2002 r. certyfikatu gospodarstwa ekologicznego. Właściciele omawianej posiadłości otrzymali go od przedstawicieli organizacji Ekogwarancja z Lublina. Na znaczeniu zyskała jednocześnie jakość produkowanych w zagrodzie serów. Od tego momentu zaczęto firmować je szyldem bieszczadzki produkt lokalny.

Miano bieszczadzkiego produktu lokalnego uzyskały też przyrządzane w gospodarstwie agroturystycznym „Wilcza Jama” w Muczynym pieczenie z dziczyzny. Podawany na stół przysmak jest szczególnie ceniony przez wypoczywających tu letników. Dla wielu z nich możliwość zasmakowania przygotowanej w gospodarstwie pieczeni jest koronnym argumentem, przesądającym o wyborze miejsca wakacyjnego wypoczynku.

O wyjątkowym smaku omawianej potrawy decyduje to, że jest ona przyrządzana według przepisów tradycyjnej kuchni myśliwskiej. A takiej w Muczynym nie brakowało. W 1975 r. grunty tej miejscowości przejął Urząd Rady Ministrów. Urządzono tu ośrodek myśliwski – tzw. Ośrodek Hodowlany Zwierzyny Łownej. Polowano w nim na zwierzynę leśną. Po owocnym polowaniu członkowie rządu i zaproszeni goście wspólnie biesiadowali. Dzikizna często gościła na ich stołach. W 1981 r. wspomniany ośrodek zlikwidowano, a jego obiekty zagospodarowała służba leśna. Nie zapomniano jednak o tradycyjnej kuchni myśliwskiej w tym zakątku Polski. Stawiane na stół we wspomnianym gospodarstwie agroturystycznym pieczenie z dziczyzny są jej najpełniejszym wyrazem.

Poczesne miejsce w bieszczadzkiej tradycji kulinarnej zajmują też potrawy z razowej mąki. Ziemie zaboru austriackiego słynęły z przysłowiowej „biedy galicyjskiej”. Miała ona w Bieszczadach swoje szczególne oblicze. Zamiast tłuszczów zwierzęcych stosowano tu oleje lniane, słonecznikowe czy tłoczone z maku. Wieprzowina gościła na stołach tylko od święta. Wszystko to skłaniało do upowszechniania potraw smacznych, tanich oraz niskokalorycznych – przyrządzanych m.in. z razowej mąki.

Z inicjatywą sięgania po przepisy na te potrawy wyszła jedna z mieszkańek Skorodnego. Daniami z jej kuchni, zwłaszcza pierogami raczeni są goście miejscowych gospodarstw agroturystycznych. Przyjeżdżają także, by ich zasmakować dobrze sytuowani turyści zagraniczni – Austriacy, Niemcy i Holendrzy. Poszukują oni najsmaczniejszych potraw znamionujących tradycyjną regionalną kuchnię.

Podobne zainteresowanie gości zagranicznych wypoczywających w Bieszczadach budzi pieczenie chleba w podwórkowym piecu i wspólna degustacja tego przysmaku. Atrakcję taką oferuje turystom właściciel gospodarstwa agroturystycznego „U Flika” w Dźwiniaczu Dolnym. Zadał on o to, aby chleb pieczony był na liściach z kapusty – tak jak nakazuje miejscowa tradycja. Jest on wypiekany bez udziału spulchniaczy i polepszaczy smaku. Nie można go więc porównywać z powszechnie spożywanym chlebem z mechanicznych piekarni.

Swoje miejsce w bieszczadzkiej tradycji ma też rzemiosło zabawkarskie. Jego rodowód wywodzi się z Nadolan. Tu do lat 80. XX w. funkcjonował ośrodek rzemiosł drzewnych. Specjalizował się on w wyrobie zabawek drewnianych – lalek, koni, ptaków i kołatek (Blin-Olbert, Marciniak 2001). Wyroby te trafiały na półki sklepowe do Sanoka, Ustrzyk Dolnych i Leska. Ich odbiorem szczególnie zainteresowana była „Cepelia”. Firma ta jeszcze w latach 80. XX w. dobrze prosperowała. Obecnie jest w stanie upadku.

Inicjatywa powrotu do tradycyjnego wyrobu zabawek drewnianych zrodziła się w gminie Ustrzyki Dolne. Popyt na te wytwory ludzkiej pracy pobudził działalność miejscowych rękodzielników. O zabawki drewniane zabiegają właściciele okolicznych gospodarstw agroturystycznych. W kilku z nich urządzono wystawy tych wyrobów. Zaprasza się na nie producentów zabawek. Zapoznają oni letników z technologią i motywacją ich produkcji. Mają one przypominać wczasowiczom przeżycia, których doznawali spędzając wakacje w Bieszczadach. Kupione są pamiątką po tym pobycie.

Podobnych doznań estetycznych dostarcza turystom wypoczywającym w Bieszczadach wizyta w galerii sztuki w Hoczwi. Nad wszystkimi wystawianymi tu wyrobami rzemiosła artystycznego górują rzeźby figuralne, przedstawiające bajkowe postacie „Biesa i Czadów” – legendarnych mieszkańców tych terenów. W wyobraźni miejscowej ludności rzeźby te mają magiczne znaczenie. Według legendy z połączenia nazwy tych postaci powstał termin Bieszczady. Turyści odwiedzający wspomnianą galerię kupują rzeźby przedstawiające „Biesa i Czady”. Wracając z wakacyjnego wypoczynku chcą oni w ten sposób zabrać ze sobą choć namiastkę nieznanej dotąd bieszczadzkiej legendy.

Uwagę turystów goszczących w Bieszczadach przyciągają też lniane, zdobione krzyżykowym haftem koszule bojkowskie. Szyje je i ozdabia właścicielka gospodarstwa agroturystycznego w Smolniku. Inspiracją do podjęcia takiej działalności w poszukiwaniu niepowtarzalnego produktu bieszczadzkiego była dla niej tradycja Bojków – ludności zamieszkującej Bieszczady do II wojny światowej. Haft krzyżykowy był nieodłącznym elementem ich dziedzictwa kulturowego. D. Blin-Olbert (2004) pisze, że zdobiono nim stroje, kapy na łóżka oraz poduszki.

Turyści wypoczywający w tym i sąsiednich gospodarstwach agroturystycznych kupują te koszule. Jest to odzież ekologiczna – przyjemna do noszenia. Staje się ona codziennym elementem wakacyjnego stroju. Nosząc ją utożsamiają się z miejscową tradycją. Stają się przez to bardziej otwarci na poznawanie wartości bieszczadzkiej kultury.

Inną propozycją urzeczywistnianą przez twórców bieszczadzkich produktów lokalnych jest malarstwo ikonograficzne. Od XV w. ikona związana jest z miejscową kulturą. Poczesne miejsce znalazła ona w cerkwi greckokatolickiej. Tu otacza się ją szczególnym kultem.

Najstarsze ikony bieszczadzkie pochodzą z XV w. Wzorowane są one na sztuce bałkańskiej, docierającej na omawiany obszar przez Wołoszczyznę i Mołdawię po upadku Konstantynopola w 1453 r. Malowaniem ikon trudniło się również wielu mieszkańców Bieszczadów. Najokazalsze dzieła powstawały w Krzywym koło Cisnej. Tu w drugiej połowie XIX w. prężnie działało trzech malarzy tych osobliwych dzieł sztuki. Ich ikony zdobiły wnętrza cerkwi m.in. w Woli Michowej i Kalnicy koło Baligrodu (Potocki 2000).

Zamysł powrotu do tradycji malowania ikon zrodził się w gminie Cisna. Współczesne dzieła nawiązują do tych, jakie powstawały tu w XIX w. Popyt na nie jest duży nie tylko w kraju, ale i za granicą. Są na nie liczne zamówienia. Zabiegają o nie głównie dobrze sytuowani turyści odwiedzający Bieszczady. Zdobią one wnętrza ich domów.

Początkowo wpływy osiągane ze sprzedaży ikon oraz innych bieszczadzskich produktów lokalnych nie były imponujące. Ich producenci sprzedawali je jedynie znajomym. Poszerzanie rynków zbytu wymagało lepszej znajomości marketingu. Trzeba było przede wszystkim zadbać o promocję wszystkich bieszczadzskich produktów lokalnych. Realizacji tego zadania podjęły się gremia samorządowe gminy Lutowiska. Tu w 2002 r. dyrektor Gminnego Ośrodka Kultury wysunął pomysł utworzenia „Bieszczadzkiego Centrum Promocji i Certyfikacji Produktu Lokalnego”, którego główną przesłanką było zwiększenie konkurencyjności bieszczadzskich produktów lokalnych nie tylko w kraju, ale i za granicą. Na realizację wspomnianego pomysłu otrzymano od Fundacji Karpackiej kwotę 76 tys. dolarów. W pierwszej kolejności środki te przeznaczono na szkolenia dla producentów bieszczadzskich produktów lokalnych. Chętnych nie brakowało. Wzięło w nich udział prawie 100 mieszkańców 8 bieszczadzskich gmin (Lutowiska, Cisna, Czarna, Solina, Baligród, Lesko, Olszanica, Ustrzyki Dolne). Wspomniane szkolenia prowadzone były przez przedstawicieli Centrum Doskonalenia Strategicznego z Krakowa. Odbywały się w dwóch etapach – wiosennym i jesiennym. Ich tematyka dotyczyła metod promocji poszczególnych produktów lokalnych, pozyskiwania na ten cel funduszy oraz zakładania działalności gospodarczej. Szkolenia wiosenne zgromadziły producentów potraw i produktów zwierzęcych. Jesienne z kolei twórców wyrobów rzemiosła artystycznego.

Kolejnym krokiem – krzewiącym promocję omawianych bieszczadzskich produktów były wyjazdy na lokalne imprezy kulturalno – rozrywkowe. W 2003 r. bieszczadzcy producenci wyjeżdżali ze swoimi wyrobami m.in. do Krakowa na Targi Produktu Lokalnego oraz do Poznania na Międzynarodowe Targi Poznańskie „Polagra Farm”. Tu wystawiając swoje wyroby promowali dziedzictwo kulturowe Bieszczadów. Na tych imprezach ponad 20 bieszczadzskich producentów podpisało wieloletnie umowy z odbiorcami swoich wyrobów. Taką – przynoszącą wymierne efekty współpracę nawiązał m.in. pszczelarz z Bandrowa. Począwszy od 2003 r. rocznie sprzedaje on 200 litrów miodu (po 35 zł za jeden liter) odbiorcy z Katowic – właścicielowi sklepu z ekologicznymi produktami.

Zwieńczeniem wszystkich tych działań było utworzenie w 2004 r. w Lutowiskach Bieszczadzkiego Stowarzyszenia Producentów Lokalnych. Od tego momentu 30 producentów zrzeszonych we wspomnianym stowarzyszeniu podjęło trud wspólnej promocji swoich wyrobów. Współpracę tę symbolizuje logo przyjęte przez Bieszczadzkie Stowarzyszenie Producentów Lokalnych. Dzięki niemu poszczególne bieszczadzkie produkty lokalne nie są utożsamiane wyłącznie z ich producentami, ale również z tym stowarzyszeniem. Logo jest swego rodzaju gwarancją wysokiej jakości produktu. Dlatego od 2007 r. wszystkie produkty (30) zarejestrowane w Bieszczadzkiem Stowarzyszeniu Producentów Lokalnych opatrywane są tym znakiem.

Producenci zrzeszeni w omawianym stowarzyszeniu jednocześnie zabiegają też o pozyskanie funduszy na promocję swoich wyrobów. Owocne dokonania na tym polu przyniosło uczestnictwo Bieszczadzkiego Stowarzyszenia Producentów Lokalnych w unijnym programie Leader+.¹ Dzięki temu otrzymano kwotę 20 tys. zł. Środki te przeznaczono na wydanie katalogu prezentującego wyroby producentów zrzeszonych w tym związku. Publikacja ta ukazała się na rynku w 2007 r.

¹Program ten ma na celu pobudzenie aktywności środowisk lokalnych i zaangażowanie ich w tworzenie oraz realizację projektów sprzyjających rozwojowi obszarów wiejskich.

Obecnie Bieszczadzkie Stowarzyszenie Producentów Lokalnych zrzesza 30 producentów bieszczadzskich produktów. Każdy mieszkaniec jednej z 8 bieszczadzskich gmin (Lutowiska, Cisna, Czarna, Solina, Baligród, Lesko, Olszanica, Ustrzyki Dolne), który trudni się przyrządzaniem regionalnych potraw, określoną gałęzią rolnictwa czy rzemiosłem artystycznym może zarejestrować w tym stowarzyszeniu swój produkt i dołączyć do grona bieszczadzskich producentów.

PRODUKT LOKALNY A AKTYWIZACJA GOSPODARCZA BIESZCZADZKICH WSI

Wszyscy bieszczadzcy producenci produktów lokalnych czerpią ze sprzedaży swoich wyrobów liczący się, dodatkowy dochód. Roczne – sumarycznie ujmowane dochody ze sprzedaży własnego wyrobu, na jakie może liczyć statystyczny producent produktu zwierzęcego wynoszą 9000 zł. Daje to średnio na miesiąc 750 zł. Warto zaznaczyć, że w tej grupie bieszczadzskich producentów najwyższe dochody ze sprzedaży własnych wyrobów odnotowują pszczelarze. Potwierdza to przykład właściciela pasieki położonej w Bandrowie.

Pszczelarz ten w ciągu całego roku pozyskuje ok. 800 litrów miodu z własnej pasieki (50 pni). Całość tej produkcji przeznaczana jest na sprzedaż. Odbiorcami miodu są głównie turyści latem wypoczywający w Bieszczadach. Wracając z wakacji kupują u tego pszczelarza miód. Znają jego pochodzenie, a także wartość dietetyczną i leczniczą. Kojarzą go z ekologicznymi siedliskami, gdzie spędzali urlop. W 2010 r. wczasowicze płacili właścicielowi pasieki 35 zł za jeden litr miodu. Rocznie z tej bezpośredniej sprzedaży pszczelarz osiąga przychód rzędu 28 000 zł (800 litrów x 35 zł).

Część tej kwoty wydatkowana jest na utrzymanie pasieki. Rocznie jest to około 6000 zł. Na koszty te składają się: zakup opakowań na miód – 2000 zł, cukru na zimę – 1500 zł, węży – 200 zł, lekarstw zwalczających warozę – 200 zł, remont uli – 800 zł, ubezpieczenie pasieki – 300 zł oraz uprawa roślin wysokomiododajnych (facelia błękitna, trojeść amerykańska) – 1000 zł.

Pomimo stosunkowo wysokich kosztów utrzymania pasieki, dochody osiąmane ze sprzedaży miodu satysfakcjonują pszczelarza. Rocznie wynoszą one 22 000 zł (tj. różnica między przychodami ze sprzedaży miodu – 28 000 zł, a kosztami utrzymania pasieki – 6000 zł). W rozliczeniu miesięcznym daje to trochę ponad 1800 zł.

Przeświadczono o opłacalności produkcji bieszczadzskich produktów lokalnych są również osoby trudniące się przyrządzaniem regionalnych potraw. Średnie – roczne dochody statystycznego producenta sprzedającego samodzielnie przyrządzoną potrawę kształtują się na poziomie 7000 zł, co w rozkładzie miesięcznym daje przeciętnie ok. 580 zł. W tym gronie bieszczadzskich producentów najwyższe dochody ze sprzedaży swoich potraw czerpią osoby trudniące się przyrządzaniem pierogów z razowej mąki. Najlepiej świadczy o tym przykład kucharki – mieszkanki Skorodnego.

Rocznie osoba ta przygotowuje we własnym gospodarstwie około 2000 porcji pierogów z razowej mąki. Każda porcja liczy 12 pierogów. Całość tej produkcji przeznaczana jest na sprzedaż. Tym specjałem regionalnej, bieszczadzkiej kuchni raczeni są goście miejscowych gospodarstw agroturystycznych. Za każdą porcję pierogów płacą oni 10 zł. Roczne przychody kucharki z tej sprzedaży wynoszą 20 000 zł (2000 porcji x 10 zł). Prawie 20% tej kwoty to koszty związane z wyrobem pierogów. W ciągu roku jest to ok. 3500 zł.

Środki te wydatkowane są na zakup białego sera – 1500 zł, masła – 500 zł, jajek – 300 zł, ziemniaków – 300 zł i mąki – 700 zł. Reszta – 200 zł, to zapłata za gaz. Roczne dochody kucharki czerpane ze sprzedaży pierogów sięgają 16 500 zł (tj. różnica między przychodami ze sprzedaży pierogów – 20 000 zł, a kosztami ich przyrządzenia – 3500 zł). W rozkładzie miesięcznym daje to 1375 zł.

Podobne, choć nie tak wysokie dochody ze sprzedaży własnych produktów czerpią wytwórcy wyrobów rzemiosła artystycznego. Średnio jeden producent sprzedający własne dzieła osiąga roczny dochód rzędu 13 000 zł, co miesięcznie przysparza mu 1080 zł. W tym kręgu bieszczadzskich producentów najbardziej dochodową działalnością jest malarstwo ikonograficzne. Dowodzi temu przykład malarza ikon z Cisnej. W ciągu roku w pracowni omawianego wytwórcy tych osobliwych dzieł sztuki powstaje ok. 40 ikon. Wszystkie przeznaczone są na sprzedaż. Kupują je zwykle odwiedzający Bieszczady dobrze sytuowani turyści. Średnio za jedną ikonę płacą oni artyście 400 zł. Rocznie z tej sprzedaży uzyskuje on przychód rzędu 16 000 zł. Za ledwie 5% tej kwoty (800 zł) wydatkowane jest na zakup farb. Reszta – 15 200 zł stanowi roczny jego dochód. Miesięcznie daje mu to 1260 zł.

Przynosząca liczący się dochód działalność każdego z producentów produktów lokalnych nie uszła uwadze władz samorządowych bieszczadzskich gmin. Szybko dostrzeżono w niej szansę na aktywizację gospodarczą każdej z poznanych gmin. W realizacji tego zamysłu liczyło się stworzenie wszystkim bieszczadzskim producentom lokalnego rynku zbytu na ich produkty. Pomysł ten miał się wyrażać m.in. poprzez organizowanie imprez kulturalno – rozrywkowych, promujących bieszczadzkie produkty. Tu wszyscy miejscowi wytwórcy mogą wystawiać i sprzedawać swoje wyroby turystom goszczącym w Bieszczadach.

Inicjatywa organizowania takich imprez wyszła z gminy Lutowiska. Corocznie od 2002 r. na początku lipca organizowane są w gminnej wsi „Targi Końskie”.² Impreza ta skupia wprawdzie hodowców koni, ale jest też miejscem, gdzie bieszczadzcy producenci mogą promować i sprzedawać swoje wyroby. Każdego roku omawiane targi przyciągają coraz liczniejszą grupę turystów. Zawsze są wśród nich tacy, którzy wybierając miejsce wakacyjnej rekreacji kierują się możliwością nabycia wyrobów bieszczadzskich producentów. Liczą się też przy tym wyborze osobliwe walory krajobrazowe z dziką przyrodą Bieszczadów.

W 2010 r. „Targi Końskie” przyciągnęły ponad 2000 wypoczywających w Bieszczadach czasowiczów. Wielu z nich zakupiło wystawiane tam wyroby miejscowych producentów. Z tej sprzedaży bieszczadzcy wytwórcy czerpią liczące się wpływy. Przykładowo na jednym z ostatnich takich handlowych spotkań pszczelarz sprzedający miód z własnej pasieki zarobił 4000 zł.

Samorząd gminy Lutowiska dbając o coraz liczniej odwiedzających ten zakątek Polski turystów dokłada starań, by poprawiać stan techniczny dróg. Takim działaniem była m.in. modernizacja drogi łączącej Ustrzyki Górne z Wołosatym. W 2008 r. odsłonięto w Lutowiskach tablicę przypominającą o eksterminacji mieszkającej tu do drugiej wojny światowej ludności żydowskiej.

Rosnąca każdego roku liczba turystów odwiedzających Bieszczady skłania mieszkańców omawianej gminy do podejmowania działalności agroturystycznej. W 2000 r. w gospodarstwach agroturystycznych położonych na obszarze gminy Lutowiska udzielono turystom około 1700 noclegów. Siedem lat później liczba ta wzrosła do ponad 4800.

²„Targi Końskie” nawiązują do przedwojennych jarmarków organizowanych co roku w Lutowiskach. Handlowano tu głównie wołami wypasnymi na łąkach.

W tworzonych gospodarstwach agroturystycznych dużą wagę przywiązuje się do właściwej utylizacji ścieków bytowych. W tym celu upowszechnia się budowę indywidualnych oczyszczalni, tzw. osadników gnilnych ze złożeń biologicznym.

Omówione działania aktywizujące gospodarczo gminę Lutowiska pobudziły rozwój przedsiębiorczości wśród mieszkańców innych gmin bieszczadzkich. Aktywność ta wspierana jest przez władze samorządowe. W gminie Lesko od 2008 r. w lipcu corocznie organizowany jest „Festiwal Kultur Karpackich”. Impreza ta, podobnie jak wspomniane „Targi Końskie” umożliwia wszystkim bieszczadzkim producentom produktów lokalnych promocję oraz sprzedaż swoich wyrobów. Działania te są obliczone na to, aby przyciągnąć turystów zainteresowanych nabyciem bieszczadzkich produktów lokalnych. Korzysta na tym gospodarczo gmina Lesko.

PODSUMOWANIE I WNIOSKI

Badany obszar wyróżnia się osobiłą w skali całego kraju przyrodą. Przyjmuje się, że zarówno Bieszczady Wysokie, jak i Niskie charakteryzują się jednym z najwyższych wskaźników bioróżnorodności w Europie. Ich ekosystemy uznawane są za najmniej przekształcone przez gospodarkę człowieka. Czynniki te przesądziły o powstaniu pod patronatem UNESCO w 1992 r. dwustronnego polsko-słowackiego Rezerwatu Biosfery. W 1998 r. przyłączono do niego część ukraińską, dzięki czemu powstał Rezerwat Biosfery „Karpaty Wschodnie” o powierzchni 213 212 ha, obejmujący pogranicze trzech krajów: Polski, Słowacji i Ukrainy (Ziaja, Wnuk 2008).

Polską część wspomnianego rezerwatu tworzą Bieszczadzki Park Narodowy oraz parki krajobrazowe: Ciśniańsko-Wetliński i Doliny Sanu. Te obszary chronione zajmują około 50% powierzchni badanego obszaru. Ponadto w granicach Rezerwatu Biosfery „Karpaty Wschodnie” znajdują się: Park Narodowy „Połoniny” na Słowacji, Użański Park Narodowy oraz Nadsański Park Krajobrazowy na Ukrainie.

Na tych chronionych obszarach żyje i gospodaruje lokalna społeczność. Powinna ona troszczyć się o ochronę środowiska, z którym związany jest jej byt. Potrzebne jest jednak racjonalne myślenie. Stawiane jest przy tym pytanie, jak gospodarować w tych przyrodniczo cennych siedliskach, by nie naruszać bliskich naturze układów. Proponowanych rozwiązań może być wiele. Najbardziej porządane są jednak takie działania, w których na trosce o środowisko, traktuje się go jako dobro – dar dany człowiekowi.

Takie – wyważone podejście do bieszczadzkiej przyrody upowszechniają producenci bieszczadzkich produktów lokalnych. Są oni orędownikami proekologicznych metod gospodarowania. Dzięki temu podejmowana przez nich działalność nie narusza obowiązujących zasad ochrony Rezerwatu Biosfery „Karpaty Wschodnie” i tworzących go obszarów chronionych. Dlatego bieszczadzkie elity samorządowe, które w swej służbie społecznej muszą łączyć teraźniejszość z programem przyszłych działań, powinny zachęcać lokalną społeczność, w tym osoby pozostające bez pracy do kolejnych pomysłów na rozwój produktów lokalnych. Nie jest to jednak łatwe zadanie. Zmiana postaw ludzi to długotrwały proces zarówno ekonomiczny, jak i socjologiczny. Trzeba czasu, by w pełni dostrzec nową rzeczywistość i tworzące się w tym układzie możliwości poprawy własnej egzystencji. Wiadomo, że musi to być zachęta ekonomiczna, nie propagandowa – choć i ta może pobudzać do rozsądnych decyzji.

Takie przeświadczenie powinno być wspierane profesjonalnym szkoleniem osób bezpośrednio zainteresowanych produkcją bieszczadzkich produktów lokalnych. Trzeba, by w tych spotkaniach uczestniczyły osoby, które zdobyły już doświadczenie w tym działaniu. Przekazywana przez nie wiedza o opłacalności produkcji poszczególnych produktów lokalnych, metodach ich wytwarzania oraz sposobach promocji zachęci innych do podjęcia takiej działalności. Na tych szkoleniach nie powinno też zabraknąć przedstawicieli administracji Bieszczadzkiego Parku Narodowego oraz parków krajobrazowych (Ciśniańsko-Wetlińskiego oraz Doliny Sanu). Powinni oni uczulać przyszłych producentów bieszczadzkich produktów lokalnych, by w swojej działalności przestrzegali zasad zrównoważonego rozwoju, chroniąc bieszczadzką przyrodę. Takie podejście niewątpliwie wpisywałoby się w kanon idei zrównoważonego rozwoju Bieszczadów.

PIŚMIENNICTWO

Augustyn M. 2004. *Międzyetniczne i międzyreligijne relacje w Karpatach na przykładzie wsi Stebnik i kolonii Steinfels*. „Materiały Muzeum Budownictwa Ludowego w Sanoku”, **36**: 191–219.

Blin-Olbert D., Marciniak M. 2001. *Tradycyjne ośrodki zabawkarskie w południowo-wschodniej Polsce, cz I*. „Materiały Muzeum Budownictwa Ludowego w Sanoku”, **35**: 81–96.

Blin-Olbert D. 2004. *Zdobnictwo wewnątrz na Podkarpaciu od końca XIX wieku po lata 1980*. „Materiały Muzeum Budownictwa Ludowego w Sanoku”, **36**: 135–178.

Dobrowolski K. 1970. *Migracje wołoskie na ziemiach dawnego państwa polskiego*, [w:] W. Antoniewicz, K. Dobrowolski, W. H. Paryski (red.), *Studia podhalańskie oraz bibliografia pasterstwa Tatr i Podhala, Pasterstwo Tatr Polskich i Podhala*, 8, wyd. Ossolineum. Wrocław-Warszawa-Kraków, s. 89–97.

Fastnacht A. 2007. *Osadnictwo ziemi sanockiej w latach 1340–1650*, (reprint), Oficyna wydawnicza miejskiej biblioteki publicznej im. Grzegorza z Sanoka w Sanoku. Sanok, ss. 334.

Guzik Cz., Betlej A. 2008. *Upadek bieszczadzkich pegeerów*, [w:] *Spółeczeństwo i gospodarka subregionu krośnieńskiego na przełomie XX i XXI wieku*, red. Cz. Guzik, Ł. Szmyd. „Prace Naukowo-Dydaktyczne Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Krośnie”, **32**: 115–148.

Jaśko F., Gala J. 2003. *Pszczoły i ich lecznicze produkty*, wyd. Sądecki Bartnik, Nowy Sącz, ss. 139.

Krukar W. 2000. *Gniazdo Tarnicy – Halicza i dolina Wołosatego. Materiały do monografii*. „Płaj”, **20**: 9–67.

Musiał W. 2007. *Wiejskie obszary górskie Karpat Polskich w procesie przemian społeczno-gospodarczych*, „Studia i monografie Instytutu Rozwoju Wsi i Rolnictwa Polskiej Akademii Nauk”, nr 3, Instytut Rozwoju Wsi i Rolnictwa Polskiej Akademii Nauk, ss. 72.

Potocki A. 2000. *Bieszczadzkie losy*, Oficyna wydawnicza „Apla”. Rzeszów-Krosno, s. 5–112.

Ziaja M., Wnuk Z. 2008. *Bioróżnorodność obszarów górskich na przykładzie Rezerwatu Biosfery „Karpaty Wschodnie” i ich wykorzystanie w turystyce*, [w:] W. Półtorak, Ł. Szmyd (red.), *Turystyka w rozwoju obszarów górskich w Polsko-Ukraińskiej strefie Karpat*, „Prace Naukowo-Dydaktyczne Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Krośnie”, **31**: 65–74.

SUMMARY

The implementation of the principles of market economy resulted in impoverishment of the Bieszczady region villages. Local state farms (Polish name: Państwowe Gospodarstwa Rolne – PGR) and timber processing plants collapsed, which left many people jobless and with no employment prospects. Only the few, more venturesome inhabitants of the region started to look for a way out of that difficult situation. A solution turned out to be a return to traditional branches of industry producing goods which are given a common name of the Bieszczady local products. They are: bee honey, sheep and goat cheeses, roast game, wholemeal flour dishes, bread, furniture, wooden toys, woodcarvings, tapestries, hand embroidery works, pictures, stained-glass works, leather hats, wicker baskets, goods made out of crêpe paper. The list of such and the like kind regional products contains almost 150 items. Some producers found inspiration for their works in the family tradition. The decisions of others who started similar small businesses were influenced by the natural conditions of the Bieszczady Mts. In the mountains however plant-growing branches of agriculture have some farming limitations.

In the beginning the profit from the sale of local products was far from satisfactory. They were sold only to friends. The extension of the marketing area required a better knowledge of marketing rules. The issue of the Bieszczady local product promotion was taken up by the executives of the rural district of Lutowska self-government. It was necessary to seek financial means to promote the regional products. A sum of 76,000 dollars received from the Carpathian Foundation was allocated for this purpose. The efforts were crowned by establishing in 2004 the Bieszczady Association of Local Producers “BieS”, which enabled the broad promotion and then the sale of local products not only in the entire country, but also abroad. Even the cases of signing long-term sale contracts, especially with foodstuffs receivers, have occurred.

The Bieszczady local products have economically stimulated many villages. Tourists motivated by a desire to buy them started to choose the Bieszczady as their holiday destination and the willingness to stay in the attractive natural environment of these mountains confirmed them in such decision. Local self-government out of concern for visiting the region tourists made efforts to improve the technical condition of roads. In many villages the plaques were unveiled to commemorate history-making events and rescue from oblivion those who participated in them. A great deal of effort was put in the improvement of the village sewage disposal management. The network of private accommodation is still developing, especially in farm tourism businesses that are started in the region.