

Aby dzieła te pożytek dały

kolbergowskie inspiracje dla agroturystyki polonijnej

dr Jan Paweł Piotrowski

Celem pracy jest przedstawienie ewolucji programowych ofert turystyki wiejskiej, w tym szczególnie agroturystyki w odniesieniu do ich powiązań z prezentacją atrakcyjności polskiej kultury ludowej. Zadaniem autora jest przedstawienie zmian, jakie następowały w dziedzinie współpracy organizatorów turystyki wiejskiej (w tym agroturystyki) z szeroko rozumianą sferą kultury, a także możliwości wzbogacania oferty turystycznej z wykorzystaniem dziedzictwa kultury ludowej. Analizą została objęta przede wszystkim literatura naukowa, popularno-naukowa a także informacyjna, służąca promocji turystyki kulturowej, Badania zostały poparte wiedzą pozyskaną w trakcie wieloletnich obserwacji i rozmów z organizatorami tej formy turystyki, działaczami kultury, przedstawicielami stowarzyszeń agroturystycznych, organizacji polonijnych, kustoszami muzeów (zwłaszcza typu skansenowskiego). Autor, związany od blisko 50 lat z turystyką i jej promocją w środowisku szkolnym, harcerskim, studenckim, później działający także w sferze kultury (m.in., komisje Opieki nad Zabytkami, Ochrony Przyrody i Służba Kultury Szlaku Zarządu Głównego PTTK, Mazowieckie Towarzystwo Kultury); badacz historii i praktyk turystyki; m.in. współtwórca polskiego systemu informacji turystycznej; organizator imprez; doradca programowy biur podróży, regionalnych i lokalnych organizacji turystycznych, wykładowca akademicki, a także publicysta branżowy; w minionych latach miał możliwość – spotykając na swojej drodze liczne autorytety – spoglądać (a niekiedy też wspierać) na wzajemne powiązania turystyki i kultury z różnych punktów widzenia.

Zasadniczą część pracy poprzedza omówienie dyskusji nad sformułowaniem zakresu znaczeniowego pojęcia „folklor”. Następnie autor podkreśla wybitną rolę Oskara Kolberga w dziedzinie udokumentowania folkloru; zauważając, że dorobek ten powinien być obficie wykorzystywany także przez kreatorów innowacyjnego produktu turystycznego, który to produkt może zapewnić naszemu krajowi znaczącą pozycję na światowym rynku turystycznym. Wynikiem pracy jest analiza historycznych powiązań pomiędzy sferami turystyki, krajoznawstwa i kultury ludowej. Dawne doświadczenia w wielu sytuacjach mogą być inspiracją dla dzisiejszych twórców oferty turystycznej, oczywiście po uwzględnieniu wyzwań dzisiejszych czasów.

Potencjał turystyki wiejskiej (w tym szczególnie agroturystyki), w powiązaniu z promowaniem kultury ludowej ilustrują liczne pozytywne przykłady przedstawione w kolejnych rozdziałach pracy. Jeden z rozdziałów w sposób bardziej szczegółowy ilustruje ewolucję parków etnograficznych (skansenów), których gospodarze z upływem lat coraz aktywniej rozwijają współpracę z organizatorami turystyki. W pracy przedstawiono również efekty pozytywnej współpracy reprezentantów nauki i praktyki, która to współpraca z jednej strony może i powinna przyczyniać się do rozwoju turystyki, – z drugiej strony – do zapewnienia ochrony materialnej i niematerialnej kultury polskiej wsi. Na podstawie wieloletnich rozmów i obserwacji autor proponuje realne koncepcje uatrakcyjnienia i promocji oferty turystyki wiejskiej, m.in. przy wykorzystaniu dorobku Oskara Kolberga.

Tereny obecnego województwa świętokrzyskiego, a zwłaszcza Kielce i Sandomierz, nie bez powodu nazywane są kolebką polskiego krajoznawstwa i regionalizmu. Ten fakt w sposób szczególnie uzasadnia podjęcie decyzji o wyborze Kielc jako miejsca targów i dyskusji

o turystyce. Jedną z jej form, mającą znaczne perspektywy rozwoju, także w tym regionie, jest agroturystyka wzbogacona treściami poznawczymi. Debata o turystyce polonijnej, właśnie w stolicy tego gospodarnego województwa, ze społecznością pielęgnującą tradycję i śmiało patrzącą w przyszłość, ma szczególny wydźwięk. To przecież właśnie z tego regionu pochodzi znaczna część Polonii, a oferta agroturystyczna może stawać się okazją do zacieśniania kontaktów z Macierzą.

Dokonania Polaków są szeroko znane w świecie. Do polskiego dziedzictwa narodowego wnieśli również znaczący wkład wywodzący swoje korzenie z innych krajów. Taką osobą był niewątpliwie Oskar Kolberg (1814-1890), człowiek niezwykle pracowity i wnikliwy, wielce zasłużony dla kultury ludowej; jej badania, dokumentowania i upowszechniania. Urodził się w niewielkim mieście Przysucha (kulturowo powiązany z Kielecczyną), jako syn Juliusza Kolberga, kartografa z Meklemburgii (północne Niemcy) i Karoliny Mercoeur, urodzonej pod Warszawą w rodzinie francuskich emigrantów. Zakorzenił i zakochał się w Polsce. Działania Kolberga, jego niezwykła pracowitość, zaowocowały wiekopomnymi dziełami dokumentującymi obraz polskiej kultury ludowej. Ich wnikliwa lektura może być z pewnością inspiracją dla twórców oferty turystycznej, zwłaszcza agroturystycznej, przyczyniając się do pozyskiwania przez tę ofertę rynkowych przewag konkurencyjnych. Z pewnością pobyty turystyczne w gospodarstwach wiejskich, połączone z poznawaniem kultury ludowej, mogą być szczególnie ciekawe dla turystów polonijnych.

Dyskusja nad perspektywami turystyki polonijnej w trakcie konferencji z okazji targów „Agro-Travel” w Kielcach, była kontynuacją debaty zapoczątkowanej przez doktora Witolda Rubczyńskiego, ambasadora ad personam, prezesa Stowarzyszenia Wspierania Rozwoju Turystyki, w trakcie dwóch konferencji naukowych organizowanych przy udziale Ministerstwa Sportu i Turystyki oraz ALMAMER Szkoły Wyższej w Warszawie [Rybczyński, 2019, 2014].

Czym jest folklor

Zakres znaczeniowy pojęcia „folklor” wzbudza dyskusję. Są tutaj w zasadzie trzy stanowiska. Pierwsze – oznacza jego szeroki zasięg, obejmujący – obok kultury duchowej, tę materialną, a więc np. układy zabudowy wiejskiej, budownictwo, narzędzia i sprzęty. Drugie ujęcie – zawęża folklor do literatury przekazów ustnych (bajki, opowiadania, legendy, pieśni, przysłowia). Trzecie – najczęściej dziś spotykane podejście oznacza włączenie w zakres folkloru: zwyczajów, obrzędów i wierzeń wraz z kulturą artystyczną wsi obejmującą literaturę, muzykę i taniec [Krzyżanowski, 1965; Burszta, 1987]. I tę ostatnią, rozszerzoną definicję przyjmuje się w następnych rozważaniach. Należy zauważyć również istnienie folkloru miejskiego, zróżnicowanego zwłaszcza w obrębie większych miast. [Wieczorkiewicz, 1969; Piotrowski 1999, 2004]. A czymże jest „inspiracja”, a raczej czym być może? Władysław Kopaliński [2007] pisze, że jest to: natchnienie, pomysł, wpływ; podawanie, podsuszanie myśli, pomysłu, sugestia; a „inspirator” to sprawca moralny, „ojciec” (przywódca) duchowy; ten, kto zachęca, podszeptuje, ale w żadnym przypadku nie nakazuje.

Jednak folklor jest bytem, bardziej lub mniej odkrytym i opisanym; istniejącym, choć zagrożonym. Natomiast inspiracja bywa jedynie próbą, a o skuteczności działań inspiratora decyduje bardzo dużo czynników: choćby ocena jego wiarygodności a więc intencji i zdolności przekonywania „drugiej strony” lub osiągnięcia kompromisu. Czy nie jest jednak coraz częściej tak, że inspirujący bywa inspirowanym, a inspirowany staje się inspiratorem? Dotyczy to przecież także folkloru i jego powiązań z turystyką; a także przeciwnie – turystyki i jej powiązań z folklorem. Kto, kogo, dlaczego, do czego i jak pragnie (powinien pragnąć?) inspirować jednym z największych niekwestionowanych bogactw Polski, jakim jest folklor? Czy to tylko pragnienie, a może też i obowiązek? Czy spełnianie tego obowiązku zawsze wynika z realizacji pragnienia? Wbrew pozorom, udzielenie odpowiedzi nie będzie łatwe,

gdyż nie będą one jednoznaczne, a niekiedy wskażą być może na znaczną rozbieżność poglądów. Wydaje się jednak, że kolejność stawianych pytań należałoby nieco zmienić, rozpoczynając od akcentowania wartości samego folkloru. Rangi postrzegania tych wartości będą z pewnością uzależnione choćby od zmieniających się czasów, osobowości odbiorcy wykształcanej od dziecka i później osiągniętych specjalizacji wartościującego. Ale będą one zależne przecież nie tylko od wiedzy potwierdzonej dyplomami, ale też od doświadczeń, zamiłowań, powinności wynikających z pełnionych funkcji.

Senator, poseł, radny – ma (może, powinien mieć) wpływ nie tylko na tworzenie warunków sprzyjających rozwojowi kultury i turystyki, ale również na jakość tych dziedzin i efektywność tak potrzebnych powiązań instytucji i osób. Te same wartości powinien dostrzegać (i wspierać) pracownik instytucji kultury oraz administracji rządowej i samorządowej, - twórczo (podkreślenia autora) realizujący decyzje organów ustawodawczych i uchwałodawczych. Kolejnym partnerem jest pracownik instytucji edukacji, m.in. pedagog (np. nauczyciel historii, wychowania plastycznego czy techniki) propagujący wśród młodzieży nie tylko szkół artystycznych znajomość sztuki rękodzieła, nawiązujący choćby do systemu szwedzkiego slojdu¹ inspirowanego wzorami lokalnymi [Przanowski, 1936], czy też nauczyciel wychowania muzycznego uwalniający na piękno i odrębność lokalnego folkloru muzycznego. Będzie nim z pewnością zwłaszcza krajoznawca – nauczyciel geografii, który potrafi zwrócić uwagę na wartości szeroko rozumianego krajobrazu kulturowego, potrzebę jego znajomości i ochrony. Działacz turystyki rekrutujący się spośród członków np. organizacji harcerskich, Polskiego Towarzystwa Turystyczno-Krajoznawczego (PTTK), Polskiego Towarzystwa Schronisk Młodzieżowych (PTSM), klubów turystycznych zrzeszonych w Federacji „Ludowe Zespoły Sportowe” (i innych młodszych i mniej liczebnych stowarzyszeń); działacz samorządu gospodarczego turystyki, regionalnych i lokalnych organizacji turystycznych, lokalnych grup działania id – spojrzysz na relacje turystyka – kultura z punktu widzenia konsumenta, kreatora i propagatora turystyki. Często jednak te same organizacje i te same osoby są jednocześnie kreatorami, propagatorami konsumentami produktu turystycznego, a więc rzecznikami interesów obu tych grup.

Nieprzemijające wartości folkloru

Spójrzmy na wartości folkloru postrzegane przez osoby powiązane bezpośrednio lub pośrednio z turystyką. Ta grupa jest zróżnicowana wewnętrznie. Należą do niej przecież choćby reprezentujący: biura podróży – będące twórcami - touroperatorami, albo tylko (a może „aż”) profesjonalnymi dystrybutorami już gotowego produktu. Trzeba tu podkreślić słowo „profesjonalnymi”, gdyż na współczesnym konkurencyjnym rynku wygrywa nie tylko konkurencja cenowa, ale i pozacenowa, gdyż potencjalnego klienta zachęca często bardziej nie cena ale wyjątkowość oferty. Jednym z takich wyróżników może być folklor, już to choćby z racji swojej niepowtarzalności.

Poszanowanie narodowego dziedzictwa jest dowodem kultury narodów, w tym społeczności lokalnych, ale w dzisiejszym coraz bardziej skomercjalizowanym i szybkim społeczeństwie, ten argument nie zawsze należy do przekonujących. Jeśli dodamy, że fakt poszanowania przejawów tradycyjnej kultury coraz częściej wpływa na pozytywny wizerunek odwiedzanych krajów (regionów), a także na osiągnięcie wpływów z turystyki, to argument wydaje się bardziej skuteczny. Jednak w dzisiejszych realiach najbardziej przemawiające są chyba konkretne przypadki wskazujące na możliwość osiągnięcia w miarę szybkich zysków w sytuacji, gdy dziedzictwo narodowe otoczone jest właściwą troską. Bywa ono coraz częściej rdzeniem innowacyjnego produktu turystycznego, dodajmy „rdzeniem” danym z góry. To bogactwo otrzymywane jest wprawdzie bezpłatnie, ale potrzebne są siły i

¹ Slojd (ze szwedzkiego „zręczność”, „wprawa”, „roboty ręczne”. System nauczania prac ręcznych w szkołach. Zob. www.portalwiedzy.onet.pl/34543 (dostęp lipiec 2004).

środki na jego uchowanie, by nie powiedzieć - niezbędny jest emocjonalny stosunek poparty czynami. Skuteczność tych czynów zależy od siły przywódców, którzy potrafią skupić wokół siebie i poprowadzić do celu jak największą liczbę sojuszników. Jak wynika z powyższych rozważań docenienie wartości folkloru jest (powinno być) powszechne, choć argumenty „za” mogą być, i są, z pewnością bardzo różne. Świadomość wartości i duma z ich posiadania, budzi potrzebę ochrony, zwłaszcza gdy istnieje zagrożenie dla tych wartości.

„Z postępowaniem cywilizacyjnym zmieniają się i nikną różnice w trybie życia, zwyczajach i obyczajach, które naród od narodu oddzielały. Był lepszy i oświata, przemysł i handel, ułatwienia środków komunikacji, zaprowadza między narodami pewna jednostajność i tworzy z nich wielkie społeczeństwo”. [Dawne obyczaje..., 1860]. Gdyby nie nieco archaiczny język, dzisiejszy czytelnik nie rozpoznałby, że słowa te, pochodzące sprzed około 150 lat, oznaczały już wówczas troskę o zachowanie różnorodności. Jakże ta troska jest bliska dzisiejszym autorom, alarmistycznym nawet niekiedy, wypowiedzi na temat zgubnego wpływu procesów globalizacyjnych na zachowanie odrębności kulturowych. Fakt, że rozwój społeczno-gospodarczy XX i XI wieku jest znacznie szybszy od odnotowywanego w połowie XIX stulecia, z pewnością utwierdza nas (powinien utwierdzać) w potrzebie troski o narodową kulturę. Jednak miast alarmistycznych wezwań (a może wraz z nimi) należy podejmować konkretne działania zmierzające do zachowania tych wartości.

Obserwacja dziejów wskazuje, że kultura ludowa ma swoją siłę, jednak nie obroni się sama i potrzebuje wsparcia. To wsparcie może, i z pewnością będzie, nadchodzić ze strony turystyki. [Piotrowski, 2010j, s. 497-508], zarówno od osób reprezentujących polskie małe ojczyzny, jak też (a może szczególnie) ze strony Polaków żyjących w diasporach na różnych kontynentach, szczególnie wrażliwych na zachowanie polskości. W zamieniających się uwarunkowaniach politycznych i społecznych, postrzeganie kultury ludowej (a później jej powiązań z turystyką) było bardzo odmienne. W czasach wojen i zaborów była ona czynnikiem sprzyjającym jedności polskiego narodu. Zwłaszcza w latach 20. i 30. XX w., ale i wcześniej, o nawiązywaniu do folkloru decydowała, panująca zresztą w całej Europie, moda na „chłopomanię”² (w pozytywnym znaczeniu tego słowa) kształtowana przez świątliwych działaczy kultury, oświaty, krajoznawstwa i turystyki. W pierwszych latach po drugiej wojnie światowej (zwłaszcza w okresie do 1956 r.) kulturze ludowej usiłowano, szczęśliwie z niezbyt udanym skutkiem, nadawać wydźwięk propagandowy na rzecz „nowego” ustroju, co wówczas mogło nie przysparzać jej wielu nowych zwolenników.

Chrońmy dorobek Oskara Kolberga

Wielkie rocznice będące okazją do przypominania faktów i postaci z dawnych epok, nie zawsze stają się sposobnością nie tylko do jednorazowego sięgnięcia po dawny dorobek, ale choćby i po to, aby z niektórych myśli skorzystać (dostosowując się oczywiście do wyzwań współczesności), a też i dlatego, by nie dochodzić prawd już odkrytych i nie powtarzać błędów. Taką też okazję dał, obchodzony w 2014 r. Rok Oskara Kolberga, w związku z jego dwusetną rocznicą urodzin. Z okazji jubileuszy oddajemy hołdy zacnym postaciom, i – przyznać to należy – czynimy to nie tylko z pobudek patriotycznych, ale i merkantylnych.³ Prowadzenie działalności gospodarczej nie jest dziś przecież zachowaniem

² Chłopomania (ludomania) – zjawisko artystyczne, które pojawiło się wśród inteligencji już w drugiej połowie XIX w. charakteryzowało się fascynacją folklorem i codziennym życiem chłopów. Mężczyźni z inteligencji często brali sobie za żony chłopki. Powodem owego zachwyty była wiara, że stagnacja jaka opanowała środowisko inteligencji oraz postępujący kryzys kulturowy spowodowane są życiem w mieście. Dlatego też postulowano powrót do natury, najlepiej na wieś, która miała być źródłem odnowy sił witalnych i artystycznych, nadwątlonych w wyniku dostosowania się do współczesnego trybu życia. Jednak pojęciu chłopomanii nadawano także zupełnie niesłusznie negatywny odcień znaczeniowy.

³ Przypomnijmy silnie przeżywany Rok Chopinowski, ale też i odważne dyskusje wokół tego, ileż można (można by było) z tej okazji osiągnąć doraźnych wpływów, jak obchody wpłyną na promocję wizerunkową Polski, a w efekcie na kolejne wpływy z turystyki w następnych latach.

„wstydliwym” choć jeszcze w latach 50. i 60. XX w. np. turystykę postrzegano przede wszystkim (a często jedynie) w aspekcie polityki społecznej i w zasadzie tylko zagraniczną turystyka przyjazdową rozpatrywano jako komercyjną. [Reczek, 1976, s.12]. Tym bardziej w odniesieniu do turystyki kulturowej, a osobiście do tej inspirowanej kulturą ludową, przez jeszcze dłuższy okres nie stosowano kryterium komercji. Ceny biletów wstępu do muzeów (w tym do parków etnograficznych) były bardzo niskie, nie świadczone tam dodatkowych usług, rzadko oprowadzano w językach obcych, a w nielicznych dniach „ożywiania” tych obiektów, gdy odbywały się imprezy folklorystyczne w plenerze, na ogół nie pobierano opłat za wstęp. Kultura ludowa, już choćby z racji swojej nazwy, miała być dostępna dla ludu, toteż organizatorzy festynów i pokazów plenerowych nie przewidywali wpływów za bilety. Nie istniały formalnie muzea i kolekcje prywatne, a twórcy ludowi również nie pobierali opłat za zwiedzanie ich pracowni, zadowolając się niewielkimi zyskami z tytułu sprzedaży swoich dzieł.⁴

Składaniu holdów osobom zasłużonym powinna towarzyszyć twórcza refleksja nad ich dorobkiem i możliwością jego wykorzystania, pewnie także i dlatego, że większość tych wybitnych postaci nie tyle holdów, lecz takich pożytecznych refleksji spodziewała się przede wszystkim.

Tak było w przypadku Oskara Kolberga, którego cechowały pospołu: pasja, profesjonalizm, pracowitość, konsekwencja. Przyznać tu trzeba, że łączenie tych cech, w powiązaniu z głęboką wiedzą, nie jest zjawiskiem częstym. Myśl księdza Jana Twardowskiego „*Spieszmy się kochać ludzi, tak szybko odchodzą*” [Twardowski, 1993, s. 99] można uzupełnić przesłaniem „Spieszmy się poznawać dorobek naszych przodków, gdyż pośpiech ten skróci drogę ku lepszej przyszłości”. A wysiłek Kolberga był ogromny. Instytut jego imienia w Poznaniu podaje: „Do 2016 roku opublikowano 86 tomów źródłowe jego *Dzieł wszystkich* o łącznej objętości ponad 50 000 stron druku. Niektóre wznowiono. Oprócz tego publikowane są inne prace...” [Instytut im. Oskara Kolberga, 2016]. Tak bogaty dorobek i życiorys tego wybitnego człowieka był, i z pewnością będzie, przedmiotem wielu studiów i to nie tylko podejmowanych przez etnografów.

Potencjał turystyki w powiązaniu z promowaniem kultury ludowej

Bogactwem każdego kraju jest jego różnorodność. Mimo zawirowań historii i przemieszczeń ludności w obrębie terytorium Polski przetrwał podział na regiony. Są to długo utrzymujące swoista kulturę (również gwary) następujące dzielnice kraju: 1) Wielkopolska, 2) Śląsk, 3) Małopolska, 4) Mazowsze, 5) Pomorze [Burszta, 1987]. Dzieje tych regionów były zróżnicowane. Opóźnione w rozwoju gospodarczym Mazowsze zachowało jeszcze w XIX w. dużo cech odrębnych kulturowo. Na Pomorzu włączono w organizm państwa grupy ludności zachodniosłowiańskiej, których język znacznie się różnił od ogólnopolskiego (Kaszubi). Na północy wyodrębniła się Warmia w granicach posiadłości biskupów warmińskich i Mazury na południowych terenach dawnych Prus Książęcych. Tworzyły się też grupy kulturowe dookoła miast stanowiących w różnych okresach ośrodki administracyjne, gospodarcze i kulturowe (np. Opolanie na Górnym Śląsku, Lublinianie wokół Lublina, Rzeszowianie wokół Rzeszowa). Różnice, potęgowane przez granice zaborów, po 1918, a zwłaszcza po 1945 r. znacznie się zacierały. Przesunięcie granic państwa na zachód, masowe procesy migracyjne, doprowadziły do coraz szybszego zaniku różnic kulturowych. Proces integracyjny szczególnie silnie zaznaczył się na ziemiach zachodnich i północnych, zasiedlonych w znacznej mierze przez ludność pochodzącą z różnych dzielnic Polski i ziem położonych na wschód od Bugu.

⁴ W latach 50-70 ww. były to wyroby sprzedawane znacznie taniej niż w sieci „Cepelii”, jednak ta centrala płaciła twórcom znacznie mniej, stosując później duże narzuty własne. Informacja własna autora z rozmów z twórcami.

W literaturze naukowej można spotkać bardzo zróżnicowane próby definiowania i wyodrębniania regionów etnograficznych. Regionalizacja dla celów turystycznych, oparta o wyniki badań etnografów, zawiera propozycje następujących regionów: Pomorze Gdańskie, Warmia i Mazury, Kujawy, Region Sieradzko-Łęczycki, Łowickie, Mazowsze (w tym Kurpie), Podlasie, Lubelskie, Opoczyńskie, Radomskie, Region Kielecko-Włoszczowski, Rzeszowskie, Śląsk. Odrębnie sklasyfikowano regiony i podregiony górskie w Karpatach. [Bucewicz-Zakrzewska, 1965, s. 8-9].

Podobny, nieco bardziej szczegółowy, podział regionalny zastosowano na mapie „Ważniejsze terytoria i grupy etnograficzne” [Kutrzeba-Pojnarowa, 1999] opracowanej w Zakładzie Etnografii Instytutu Historii Kultury Materialnej Polskiej Akademii Nauk i Uniwersytetu Warszawskiego. Autorka, przewidując zapewne dyskusje na temat tejże klasyfikacji, podkreśla, że „na mapie odstąpiono od wykreślenia linearnych granic regionów, gdyż ulegają one zmianom a w wielu przypadkach nachodzą na siebie”. Nie wyróżniano natomiast grup etnograficznych na terenie tzw. Ziemi Odzyskanych. Jednak wraz z upływem lat, w wyniku konsolidacji tamtejszych społeczności, wykształcają się tam lokalne odrębności kulturowe, będące splotem tradycji miejscowych i przodków przybyłych na te ziemie z różnych zakątków dawnych i dzisiejszych ziem Polski.⁵

Klasyfikacja regionów historyczno-geograficznych [Bogdanowski, 1998, s. 40 i nast.] obejmuje następujące jednostki: Pomorze Zachodnie, Pomorze Wschodnie, Warmia i Mazury, Ziemia Chełmińska, Kujawy i Ziemia Dobrzyńska Wielkopolska, Mazowsze, Podlasie, Ziemia Łęczycko-Sieradzka, Dolny Śląsk, Górny Śląsk, Ziemia Krakowska, Ziemia Sandomierska, Ziemia Lubelska, Ziemia Przemyska.

Jak potwierdzają to jednak badacze z Instytutu im. O. Kolberga, ten wybitny etnograf „niezależnie od mniej lub bardziej rygorystycznych podziałów geograficznych czy administracyjnych, był on świadomy faktu, że wytyczenie granic regionu pełni jedynie funkcję porządkującą pozyskany materiał, a wpisanie zjawisk kulturowych w sztywny podział terytorialny nie jest możliwe” [Instytut im. O. Kolberga, s. IX].

Także w wiekach XX i XXI zmiany granic jednostek administracyjnych Polski nie zawsze okazywały się korzystne, już to przez swoją zasadność, ale i sama częstość. Powstawały liczne problemy, a przecież każda reforma podziału kraju przypomina operację na żywym organizmie, a ta potrzebuje uzasadnienia, przygotowania, a jednocześnie wiadomo, że nie zadowoli wszystkich. Cementowanie się społeczności lokalnych jest procesem długim i złożonym. Niekiedy też mimo reform administracyjnych, dawne więzi okazują się trwalsze.⁶ Pozytywnym przykładem działalności organizacji turystycznych jednoczących obszary ponad podziałami administracyjnymi są inicjatywy np. Związku Kurpiów (woj. mazowieckie i podlaskie) czy Związku Gmin Jurajskich (woj. małopolskie i śląskie).

Pierwsi propagatorzy idei ochrony kultury ludowej oraz jej powiązań z krajoznawstwem i turystyką.

Potrzebę ochrony kulturowego dziedzictwa polskiej wsi dostrzegali już w początkach XIX w. Hugo Kołłątaj, który pisał m.in. „*Trzeba poznać obyczaje państwa we wszystkich prowincjach... osobliwie zaś różnice w mowie, ubiorze mieszkańców, sposobach budowania, gatunkach sprzętu...*” [Kołłątaj, 1953, s. 211]. W czasach, gdy Polski nie było na mapach świata, liczyły się bardzo wysiłki organizacji społecznych. Statut założonego w 1906 roku Polskiego Towarzystwa Krajoznawczego (PTK) [Gordon, 1999, s. 161-181] szczegółowo ujmował m.in. zadania organizacji związane z prowadzeniem badań naukowych dotyczących:

⁵ Obok migracji dobrowolnych były też przesiedlenia pod przymusem, m.in. Łemków, Bojków i Ukraińców (w ramach akcji „Wisła”) m.in. na tereny północne Polski.

⁶ Np. mimo podziału Mazowsza, Wielkopolski i innych obszarów w latach 1975-1998 na małe województwa nadal trwała świadomość regionalna i ożywiały się oddolne inicjatywy wspierające te integracje.

geografii, fizjografii, antropologii, etnografii, statystyki, ekonomii, archeologii, historii sztuki. [Ustawa Polskiego Towarzystwa Krajoznawczego, 1956, s. 11]. Wśród celów Towarzystwa wymieniano m.in.: 1) zbieranie wiadomości krajoznawczych i ich szerzenie; 2) gromadzenie zbiorów naukowych, 3) organizację wycieczek po kraju, 4) tworzenie oddziałów terenowych, 5) opiekę nad pamiątkami historycznymi i osobliwościami przyrody.

Według Z. Kulczyckiego [1976, s.86] w pracach organizacyjnych PTK można było wyróżnić dwa podstawowe nurty: krajoznawczy – reprezentowany przez Aleksandra Janowskiego i turystyczny – kierowany przez Mieczysława Orłowicza. W pracach PTK od chwili powstania tej organizacji, badania naukowe odgrywały istotną rolę, toteż działalność ta w dużym stopniu łądziła brak polskich uczelni w zaborach rosyjskim i pruskim, co podkreśla również Ryszard Wroczyński [1997]. Dokumentacja dotycząca polskiego folkloru, gromadzona bezinteresownie przez specjalistów – członków PTK odegrała znaczącą rolę, zwłaszcza, że wyniki badań były popularyzowane, m.in. w trakcie wycieczek odczytów. Potrzebę prac inwentaryzacyjnych zgłosił już w 1876 Zygmunt Gloger: „*Wszystko, co ziemia zrodziła, winno być zbadane, opisane szeregach utrwalone. szeregach pracach powinno wziąć udział całe społeczeństwo*” [Rycerski, 1990, s. 233-242]. Podkreśla on również, że „*na drodze każdego podróżnika przede wszystkim leży jego kraj rodzinny. Turysta, który wyjeżdża za granicę nie znając domowych kątów szeregach skarbów, jest szeregach każdym innym społeczeństwie lekceważonym*” [Gloger, 1876].⁷ W szeregach PTK rozwijała się też działalność kolekcjonerska ze znaczącym udziałem zbiorów folklorystycznych, która dała początek wielu muzeom regionalnym [Grys, 2010, s. 378-400].

Odznaka organizacyjna PTK, z herbami Warszawy, Krakowa i Poznania, była symbolem jedności Polaków ze wszystkich trzech zaborów. Jednak owa narodową jedność rozumiano jednocześnie jako poszanowanie odrębności kulturowej poszczególnych obszarów.

Metodyka wycieczek krajoznawczych, opracowana pod kierunkiem Aleksandra Janowskiego [Metodyka wycieczek krajoznawczych, 1909], współtwórcy polskiego ruchu turystyczno-krajoznawczego, ujmuje organizowanie wycieczek połączonych m.in. z poznawaniem kultury ludowej, wraz z wykonywaniem rysunków i zdjęć. Ułatwieniem miały być specjalne ankiety- szablony, ujmujące m.in. takie zagadnienia, jak: wiersze, pieśni, ubiór, pożywienie itd. A. Janowski, zapewne spodziewając się już wówczas (!) nadmiernie szybkiego tempa odbywania wycieczek, podkreślał, że: „*na nawiązanie bliższych i serdeczniejszych stosunków z ludem potrzeba dość długiego czasu*” [Czarnowski, 2014]. Na walory kultury ludowej mogące stanowić treść wycieczek zwracał uwagę wybitny geograf i kartograf, Eugeniusz Romer [1929], który też był krajoznawcą. Propagatorem turystyki krajoznawczej był również Mieczysław Orłowicz [1911, s. 307-309]. Sojusznikami tych idei stawały się również periodyki kierowane do różnych sfer społeczeństwa. Już w 1912 roku miesięcznik „Dom i Dwór”, zawierający dodatek „Sport i hodowla”, nawoływał do wstępowania w szeregi PTK, zachęcając czytelników zarówno do uprawiania turystyki, jak też przygotowania wsi i małych miast do przyjmowania gości [W sprawie turystyki, 1912]. Jak już wspomniano działacze ruchu turystyczno-krajoznawczego, a wśród nich reprezentanci nauki, mieli istotny wpływ: po pierwsze na zbadanie i dokumentowanie narodowego dziedzictwa; po drugie – na jego ochronę. [Znamierowska-Prufferowa, 1932].⁸ Popularyzując tę dziedzinę przez długie lata jednak nie dostrzegano możliwości tworzenia komercyjnej oferty turystycznej. Działania służące zbliżeniu turystyki i kultury – możliwe dzięki współpracy wielu osób i instytucji należy oceniać bardzo wysoko. Miały w tym udział

⁷ Poglądy te (1912) daleko wyprzedziły epokę: „nasi rodacy muszą dać pierwszeństwo polskim zdrojom nad obcymi badaniami i kurortami”.

⁸ Inicjatywy te wspierała szkoła, m.in. koła krajoznawcze młodzieży szkolnej (KKMS) kierowane przez Leopolda Węgrzynowicza oraz ośrodki akademickie, z udziałem wybitnych uczonych, m.in. Marii Znamierowskiej-Prufferowej. Autorką instrukcji badania kultury ludowej przez młodzież była późniejsza profesor Uniwersytetu im. Mikołaja Kopernika w Toruniu i współtwórczyni Muzeum Etnograficznego typu skansenowskiego w tym mieście.

organizacje turystyczne, PTK i powstałe w 1950 r. PTTK. I tak m.in. w ramach przygotowań do III Kongresu Krajoznawczego (Płock, 1980) zorganizowano w 1978 r. w Toruniu sejmik krajoznawczy [Kultura ludowa w krajoznawstwie polskim, 1978], na którym omawiano m.in. szanse propagowania kultury ludowej czasie imprez turystycznych (rajdy, zloty, złady, wycieczki) [Święch, 1978, s.5-11], jednocześnie podkreślając, że rozwój ambitnych form turystyki kulturowej może przyczynić się do zintensyfikowania działań mających na celu ochronę kultury ludowej [Bujak, 1971].⁹ Do prekursorów turystyki kulturowej należeli działacze studenci.¹⁰

Skanseny żywymi pomnikami kultury ludowej i atrakcją turystyki

Pierwsze ekspozycje etnograficzne na ziemiach polskich pojawiły się już w początkach XIX w. z okazji wystaw rolniczych, m.in. w Warszawie, a muzea etnograficzne powstawały kolejno w Warszawie (1888), Krakowie (1904), Wilnie (1925), Łodzi (1930). [Zawistowicz-Adamska, 1976]. Profil ludoznawczy miało w części Muzeum Tatrzańskie w Zakopanem założone w 1888 r. [Midura, 1979, s. 31]. W okresach zaborów instytucje te powstawały głównie z inicjatywy i przy znaczącym udziale finansowym organizacji społecznych [Bystron, 1947], m.in. Towarzystwa Szkoły Ludowej, Towarzystwa Przyjaciół Nauk [Bucewicz- Zakrzewska, 1975, s. 3], a szczególnie Polskiego Towarzystwa Krajoznawczego (PTK), które w latach 1906-1922 utworzyło 22 muzea regionalne, często z dominującym profilem etnograficznym. Pierwsze muzea na wolnym powietrzu, zwane parkami etnograficznymi, muzami ludowymi, a najczęściej – niezbyt poprawnie skansenami¹¹. Były to obiekty: we Wdzydzach Kiszewskich na Kaszubach (założony w 1906 r. przez Izydora i Teodorę Gulgowskich)¹² i w Nowogrodzie Łomżyńskim (otwarty w 1927 r. z inicjatywy Adama Chętnika). [Bucewicz- Zakrzewska, 1975, s. 5-6]. Ich twórcy reprezentowali zarówno postawy romantyczne, jak i pozytywistyczne. Silnym motywem tworzenia tych placówek, niekiedy wbrew niesprzyjającym okolicznościom [Chętnikowa, 1969, s. 20]¹³ był emocjonalny stosunek do regionów i swojszczyzny [Piotrowski, 2010, s. 50]. Skansen w Nowogrodzie już od samego początku był pomyślany jako ośrodek wiedzy i atrakcja turystyczna, mająca propagować Kupie jako cel wycieczek i wczasów.¹⁴ Już w końcu lat 60. XX w. placówka ta korzystała z mało wówczas znanej instytucji sponsorów.¹⁵

⁹ Autor postulował dalsze ożywianie parków etnograficznych poprzez organizowanie festynów, kiermaszów, koncertów; trwale uruchomienie niektórych zabytkowych urządzeń; organizowanie pokazów rękodzieła ludowego, a także łączenie tych wydarzeń ze zlotami turystycznymi.

¹⁰ Informacja własna autora, uczestnika i współorganizatora wielu imprez m.in. w ramach Uniwersyteckiego Klubu Turystycznego „Unikat” w Warszawie, w latach 1970-1974.

¹¹ Termin ten pochodzi od miejsca pierwszej ekspozycji plenerowej utworzonej w 1891 r. przez Nordiska Musset w Sztokholmie. Ekspozycja ta powstała na szwedzkiej wyspie Djurgarden w miejscu dawnego szańca (po szwedzku – skansen). Jej twórcą był Artur Immanuel Hazelius (1833-1901). [Midura, 1979].

¹² Założyciele skansenu zachętili miejscową ludność bardzo biednej wsi do kultywowania twórczości ludowej. Dzieła te potniję były prezentowane w latach 30. XX w. m.in. w Gdyni, na targach w Poznaniu, a nawet w Paryżu. Miejscowość ożywiła się dzięki przygotowaniu kwater dla turystów. Informacja własna autora.

¹³ Założyciel muzeum, rodowity Kurp, Adam Chętnik, wraz z żoną zakupił z własnych środków grunt na wysokim brzegu Narwi, przy ujściu Pisy, ponieważ ówczesna rada miejska odmówiła przekazania terenu pod budujące się plenerowe muzeum. A. Chętnik – działacz PTK – był później wybitnym etnografem, wydawcą wielu publikacji, organizatorem konferencji. Uczynił dużo dla rozwoju miasta, także poprzez turystykę. Mimo to w latach 20. XX w. spotykał z kolejnymi przykrościami ze strony lokalnych władz. Dopiero interwencja ówczesnego wojewody białostockiego spowodowała anulowanie żądania wysokich podatków przez muzeum. Informacja autora – rozmowy z adiunktem Jadwigą Chętnikową, dyrektor muzeum (lata 70. XX w.).

¹⁴ Gospodarze parku etnograficznego nie mieli jedynie na celu przekazywanie encyklopedycznej wiedzy o kulturze Kurpi, gdyż zdawali sobie sprawę, że może ona dla wielu osób okazać się w pierwszym etapie trudna lub nawet mało interesująca. Starali się kierować ku emocjom, wskazując urodę krajobrazu i kultury. Dopiero po rozbudzeniu tych emocji można było spodziewać się powstawania swoistego „apetytu na wiedzę”. Dlatego też ważną rolę już w latach 60. XX w. w nowogrodzkim skansenie odgrywały wydarzenia folklorystyczne. Dbano zarówno o treść jak i sposób przekazywania wiedzy przez przewodników, którzy bodaj jako pierwsi pozwalali nie tylko dotykać, ale także posługiwać się sprzętami. Informacja własna autora z rozmów z pracownikami muzeum i obserwacji tej placówki (studenckie obozy naukowe, lata 70. XX w.).

Kolejne skanseny powstawały w latach: 1967- Zubrzyca Górna na Orawie, 1958 – Sanok, 1959- Kluki, 1961 – Opole-Bierkowice [Midura, 1979, s. 37]. Jednak początkowo były to na ogół statyczne ekspozycje, bez próbowania ich ożywiania [Piotrowski, Idziak, 2001].

„Elementy dawnego folkloru, pieśni, tańce, muzyka i zwyczaje ludowe wprowadza się do kultury masowej poprzez radio, telewizję, festiwale folklorystyczne, teatr i kino. Nie słabnie ożywianie motywów ludowych w literaturze i teatrze”. To zdania ze wstępu do bardzo cennego, prekursorskiego atlasu sztuki ludowej i folkloru [Pokropek, 1978], opracowanego przez wybitnego znawcę, twórcę muzeum ludowego w Otrębusach koło Warszawy, Mariana Pokropka. Już w 1978 r. kierowano ten atlas do turystów¹⁶, choć autor nie zaproponował wówczas konkretnych programów turystycznych lub szlaków. Z punktu widzenia turystyki – zdaniem tegoż badacza – najbardziej interesujące były: budownictwo wiejskie, głównie drewniane¹⁷, w tym obiekty: mieszkalne, gospodarskie, przemysłowe, sakralne, tradycyjne rzemiosło, malarstwo, grafika, ceramika rzeźba, zabawkarstwo, tkactwo, bursztyniarstwo, wycinankarstwo, tkactwo, plastyka obrzędowa. Przy czym liczyli się zarówno twórcy, dzieła jak i warsztaty pracy. Duże znaczenie miały: sztuka, folklor słowno-muzyczny, ale przede wszystkim muzea o profilu etnograficznym [Pokropek, 1978, s.9].¹⁸

Współtwórca i wieloletni dyrektor Muzeum Budownictwa Ludowego w Sanoku, Jerzy Czajkowski już w 1970 r. zwracał uwagę, że celowe jest ożywianie skansenów jako formy ekspozycji poprzez m.in.: uprawę roli, hodowlę zwierząt, uruchamianie warsztatów tradycyjnych rzemiosł, organizowanie imprez nawiązujących do tradycji roku obrzędowego [Czajkowski, 1979, s. 60-79]. Niestety, wtedy prawie nikt wówczas nie odnosił tych inicjatyw do turystyki. Jednak już w tymże 1979 r. K. Salwa jednoznacznie przypisywał już skansenom funkcję turystyczną, choć znajdowała się ona w jego hierarchii na dalekim miejscu. Do zadań skansenów zaliczał on: prowadzenie studiów i badań, doradztwo, kreowanie ośrodków propagujących ochronę środowiska kulturowego i wreszcie tworzenie warunków umożliwiających wypoczynek niedzielny dla mieszkańców, organizowanie imprez (jarmarki, aukcje sztuki ludowej, koncerty, zabawy ludowe). [Salwa, 1979, s. 49-59]. Trzeba zauważyć, że ofertę tych obiektów kierowano wówczas przede wszystkim do społeczności lokalnej, ewentualnie wycieczek szkolnych.¹⁹

Dzieje muzeów etnograficznych wykazują etapy ich powiązań z turystyką. W przypadku Polski twórcy zwłaszcza pierwszych kolekcji wykazywali powiązania z turystyką i krajoznawstwem (np. Aniela Chmielińska w Łowiczu, Adam Chętnik w Nowogrodzie) Jednak „turystyczna orientacja” zarządców skansenów i muzeów nastąpiła w przeważającej większości obiektów stosunkowo późno. Dopiero w 1975 roku opublikowano pierwszy ogólnopolski informator o skansenach i zbiorach etnograficznych, przeznaczony jednak

Zapis opowieści skansenowskiego przewodnika – samouka, rodowitego Kurpia, Juliana Świdarskiego został uwieczniony w publikacji [Nasiadko, 1979].

¹⁵ Tymi sponsorami byli m.in. Towarzystwo Przyjaciół Ziemi Łomżyńskiej, PZU, katolicka firma Inco produkująca m.in. środki do impregnacji zabytków drewnianych. [Chętnikowa, 1969]. Mimo niesprzyjających uwarunkowań politycznych czasów PRL bardzo dobrze układała się współpracę z parafiami, co pomogło m.in. w organizacji wydarzeń folklorystycznych, min. konkursów palm wielkanocnych i prezentacji potraw kurpiowskich. Informacja własna autora.

¹⁶ „Atlas ten jest przeznaczony również dla turystów, którzy pragną zapoznać się z wciąż jeszcze żywą, barwną tradycją oraz współczesną kulturą artystyczną różnych regionów kraju”. [Pokropek, 1978, s. 18].

¹⁷ Z upływem lat znaczenia tego nabrało także nie znajdujące się niekiedy pod ochroną konserwatorską budownictwo wiejskie murowane oraz np. dawne budownictwo przedmieść systematycznie eliminowane z krajobrazu. Spostrzeżenia autora.

¹⁸ Nie przywołanym w tej publikacji, nie zawsze docenianym, choć zagrożonym, był folklor przedmiejski. Spostrzeżenie autora. Temat ten jest stosunkowo rzadko przedmiotem badań [Wieczorkiewicz, 1968]. O folklorze przedmieść dawnej Warszawy pisali m.in. Stanisław Grzesiuk, Stefan Wiechecki „Wiech”, Olgierd Budrewicz.

¹⁹ Po latach trudno stwierdzić, czy było to efektem realizacji centralnych wytycznych, czy też braku wiary, że oferta ta może zainteresować turystów przybywających z dalszych odległości, a nawet turystów zagranicznych.

przede wszystkim dla pracowników informacji turystycznej i organizatorów turystyki. [Bucewicz- Zakrzewska, 1975].

Wieloletnia konsekwentna działalność Franciszka Midury²⁰ doprowadziła do wskazania trwałych, jednocześnie niewymuszonych powiązań skansenów z turystyką, otwierając niejako etap krewiona wokół nich innowacyjnych produktów turystycznych. Autor niniejszego artykułu współpracując od 1976 r. z F. Midurą w ramach działalności społecznej w PTTK (komisja opieki nad zabytkami) oraz naukowej i dydaktycznej na wielu uczelniach, może potwierdzić jego znaczący wpływ na zbliżenie sfery turystyki i kultury. Przyczynił się on do powstania, rozwoju i systematycznego ożywiania skansenów i muzeów w kierunku zwiększania ich atrakcyjności turystycznej.²¹ F. Midura już w 1971 r. pisał o skansenach i muzeach etnograficznych *„zachowanie tych wartości w kulturze współczesnej mogłoby przeciwdziałać wyeliminowaniu wartości estetycznych z życia wiejskiego, w którym do niedawna każdy na swój sposób kształtował środowisko i miał zawsze decydujący wpływ na formę zabudowy i charakter swojego otoczenia”* [Midura, 1917].

W drugiej połowie lat 80. XX w., a zwłaszcza na przełomie XX i XXI stulecia czytelniejszy stał się dialog między turystyką i kulturą, któremu dobrze służy działalność organizacji pozarządowych, w tym PTTK [Piotrowski, 1997], organizację konsekwentnie rozwijającej idee krajoznawstwa, ochrony zabytków²² i przyrody. Można postawić tezę, że to właśnie zainteresowanie kultura ludową ze strony turystów stało się jednym z motywów powstawania nowych parków etnograficznych i rozwoju już istniejących.²³ Dowodzą tego liczne skanseny prywatne, zupełnie nowatorskie inicjatywy w formie rekonstrukcji miasteczek galicyjskich w skansenach Sanoku i Nowym Sączu czy też plenerowa ekspozycja podmiejskiej architektury drewnianej na terenie Centralnego Muzeum Włókiennictwa w Łodzi. Ta ostatnia z wymienionych inicjatyw zasługuje na szczególne wyróżnienie, gdyż właśnie specyficzna kultura dawnych przedmieść wielkich miast oraz terenów wiejskich anektowanych przez te miasta wydaje się najbardziej zagrożoną.²⁴

W obecnych czasach zmienia się rola kultury ludowej wobec turystyki, w tym znaczenie muzeów na wolnym powietrzu jako bodaj najlepszych (ale przecież nie jedynych) ambasadorów tej kultury wobec turystów krajowych i zagranicznych. Powstają małe skanseny prywatne, często jako placówki komercyjne; w większości jednak powiązane z realizacją ambitnych programów także poprzez zabawę (np. Sromów, Wach, Guciów, Kuligów. Właściciele kwater agroturystycznych, promując swoją ofertę, bardzo często zachęcają do odwiedzenia pobliskich kolekcji etnograficznych. Tak czynią także administratorzy wielu internetowych stron i informatorów drukowanych – stowarzyszenia agroturystyczne i ośrodki

²⁰ Próbę udokumentowania dotychczasowych etapów naukowych i organizatorskich przedsięwzięć naukowych. F. Midury zawiera monografia [Labor monit vincit..., 2010].

²¹ Te działania dotyczyły m.in. skansenów w: Sierpcu, Ciechanowcu, Dobczycach, Tokarni, Klukach, Olsztynku, Sanoku, Suchej Kolo Węgrowsa. [Merski, Piotrowski, 2010, s. 31049]. Swoiste uspołecznienie parków etnograficznych, ich przybliżenie do idei głoszonych przez PTTK oraz stowarzyszenia regionalne, niewatpłiwie przyczyniły się z jednej strony do ich ożywienia, z drugiej – do szerszej popularyzacji wśród turystów.

²² Niezmiernie cenna jest rola społecznych opiekunów zabytków PTTK, którzy przyczynili się do ochrony wielu obiektów, a także tworzyli kolekcje i muzea regionalne. Niektóre skanseny powstały z inicjatywy społecznej, np. w Ciechanowcu, Dobczycach, Iwanowicach, Zubrzyca, Kolbuszowej.

²³ Wyjątkowe znaczenie dla ochrony dziedzictwa kulturowego miały parki etnograficzne w Sanoku i Klukach. Ten pierwszy chroni zagrożone dziedzictwo kulturowe m.in. Bojków i Łemków, w znaczącym stopniu przesiedlonych po II wojnie światowej na tzw. Ziemię Odzyskaną; drugi - dokumentuje dziedzictwo nieistniejącej dziś grupy Słowińców. Są też skanseny mniejszości narodowych, m.in.: litewski w Puńsku, białoruski – w Białowieży, łemkowski- w Zydranowej, taboru cygańskiego – w Tarnowie, olęderski – w Wielkiej Nieszawie Kolo Torunia, łuzycy w Kudowie Zdroju- Pstrążnej.

²⁴ Przykładem jest zanik obecnie przypominanego stroju ludowego i haftu w Wilanowie, niegdyś odrębnej wsi, dziś silnie zurbanizowanej dzielnicy Warszawy. Te tradycje propaguje m.in. Mazowiecka Regionalna Organizacja Turystyczna i parafia Warszawa-Powsin, m.in. podczas dorocznych dożynek. To dzięki zabiegom konserwatorów i urbanistów uratowano wiejską enklawę dynamicznie rozbudowującego się Krakowa, znana z „Wesela” Stanisława Wyspiańskiego. Dzięki wsparciu parafii i lokalnych stowarzyszeń trwa nadal folklor na przedmieściach wielkich górnośląskich miast (np. w Giszowcu, Nikiszowcu, Rozbarku).

doradztwa rolniczego. Jednocześnie niewielkie ekspozycje dawnych obiektów i sprzętów towarzyszą także niektórym gospodarstwom agroturystycznym.

Liczne, modne dziś rekonstrukcje – są bardziej lub mniej udanymi próbami przedstawiania dawnej kultury materialnej i niematerialnej, nawiązując do miejscowych tradycji i wydarzeń roku obrzędowego. To parki miniatur oraz takie wydarzenia, jak np. miodobranie kurpiowskie, konkursy palm wielkanocnych, procesje w ludowych strojach, powrót do tradycji jarmarków odpustowych²⁵, imprezy folklorystyczne w skansenach. Są one bardzo silnym magnesem przyciągającym turystów – także zagranicznych i okazją do propagowania wypoczynku na wsi. Trzeba zauważyć, że niektóre obiekty muzealne, powiązane bezpośrednio lub pośrednio z PTTK i innymi organizacjami społecznymi, propagujące w swoich założeniach historię miejsca i kulturę ludową, znacznie wcześniej stały się placówkami ożywionymi [Piotrowski, 2010, s. 497-508]. Dotyczy to m.in. Muzeum Wsi Mazowieckiej w Sierpcu, Muzeum Wsi Kieleckiej w Tokarni, Muzeum Rolnictwa im. Ks. Krzysztofa Kluka w Ciechanowcu, ale też skansenu przy zamku w Dobczycach, skansenowskiej ekspozycji w Iwanowicach czy Muzeum Młodej Polski w Krakowie-Bronowicach.²⁶

Inne inicjatywy służące zbliżeniu turystyki i kultury ludowej

Cenną w swoich założeniach akcją propagandową, rozpoczętą w 1969 r., był tzw. „Turkus”, zespół przedsięwzięć służących integrowaniu inicjatyw z zakresu turystyki, kultury i sportu. Szeroki zakres inicjatyw obejmował: organizację i koordynację imprez masowych, kampanię na rzecz zagospodarowania obiektów zabytkowych i dostosowania ofert sportowych i kulturalnych do potrzeb turystyki. [Piotrowski 2013g].²⁷ W latach 60-70 XX w. Ogólnokrajowa Spółdzielnia Turystyczna „Gromada”, działająca w środowisku wiejskim już od 1937 r., prowadziła akcję „Wczasy pod gruszą”, połączoną z konkursem na najlepsze kwatery wiejskie. Jednak w ówczesnych katalogach walory kulturowe wsi były przedstawiane bardzo ogólnikowo (wizyty u twórców, imprezy folklorystyczne). Natomiast skądinąd bardzo cenne prezentacje folkloru w trakcie dorocznych jarmarków „Cepieliady” w Warszawie nie miały odniesień do turystyki. Propagowaniem kultury ludowej z różnym natężeniem zajmowały się i nadal zajmują dość liczne: ośrodki kultury i lokalne biblioteki, wiejskie szkoły, terenowe władze samorządowe, towarzystwa regionalne, towarzystwa przyjaciół lub miłośników regionów, a także organizacje wiejskie (kółka rolnicze, Kola gospodyń wiejskich, rady sołeckie, domy ludowe, ochotnicze straże pożarne. Wielkie zasługi w tej dziedzinie mieli założyciele zespołów pieśni tańca, zwłaszcza „Mazowsze” i „Śląsk”²⁸

Z dziejów powiązań kultury ludowej i turystyki

²⁵ Jeszcze w latach 60—80. XX w. jarmarki odpustowe były okazją do zapoznawania się z lokalnymi miejscowymi dziełami twórców. [Kolorowe jarmarki, 1967]. Później zapełniły je wszechobecne „dzieła” często pochodzenia chińskiego, identyczne w całym kraju. Dziś, dzięki zabiegom wielu instytucji, w tym także parafii, przywraca się niekiedy tym wydarzeniom dawny charakter.

²⁶ W każdym z nich, a także innych, nie wymienionych tutaj muzeach, zaznaczyła się wiodąca rola wieloletnich kierowników, jednocześnie społecznych działaczy turystyki i kultury. Byli nimi m.in. nieodżałowani: Władysław Kowalski (Dobczyce), Antoni Walaszczyk (Iwanowice), Zygmunt Kwiatkowski (Golub-Dobrzyń), Kazimierz Muszyński (Ciechanowiec). [Człowiek i jego dzieło, 1992; Społeczna Opieka nad Zabytkami 1992, 1997-2001].

²⁷ Akcja, która nigdy nie została zamknięta, miała z pewnością duży wpływ na zmiany mentalności lokalnych społeczności. Integracja instytucji i organizacji reprezentujących różne sektory miała charakter pionierski. Niestety działania te ograniczały się często do inicjatyw fasadowych. [Sojusz kultury, sportu i rekreacji, 1971].

²⁸ Zespoły te były z jednej strony wspierane przez władze, z drugiej, zwłaszcza do 1956 r. próbowano ingerować w ich repertuar, ponieważ władze obawiały się propagowania kultury chrześcijańskiej i kultury „kułackiej”. Kułakami nazywano wówczas pogardliwie bogatych chłopów, którzy nie zgadzali się na włączenie ich gospodarstw do spółdzielni produkcyjnych. Takie oceny oznaczały wówczas zagrożenie dla zespołów, jednak międzynarodowa sława i osobowość Miry Zimińskiej - Sygietyńskiej („Mazowsze”) i Stanisława Hadyny („Śląsk”) powodowała konieczność tolerowania proponowanego repertuaru przez władze.

Bajka Aleksandra Fredry o zupie na gwoździu²⁹ może być bodaj jedna z najlepszych ilustracji procesu powstawania produktu turystycznego, który jest zawsze efektem kompilacji wielu, często bardzo drobnych (i nie docenianych) składników. Rdzeniem tego produktu jest (może być) np. osoba, miejsce, miejscowość, region; dzięki którym lub w których jest kultywowana tradycyjna kultura ludowa. To wszelkie imprezy, zarówno w miejscu występowania przejawów folkloru, ale również poza nim. To także imprezy turystyczne, ale również wydarzenia sportowe, biznesowe, których folklor może być uatrakcyjnieniem, służąc promocji wizerunku kraju lub regionu.

Przedsięwzięcia związane z promocją kultury ludowej poprzez turystykę zależne są od uzyskiwanego wsparcia ze strony samorządów fundacji, a także Unii Europejskiej. Ewentualne wsparcie finansowe przez sponsorów komercyjnych zależne jest od spodziewanej oglądalności (frekwencji), na która niestety często nie mają wpływu wysoki poziom, ale moda.³⁰

Moda na folklor, na wykorzystywanie motywów ludowych w nowoczesnej architekturze, wzornictwie, wystroju lokali gastronomicznych i hotelarskich, folklorystyczne inspiracje twórców piosenek, jest zjawiskiem bardzo pozytywnym, choć inspiracje te nie powinny zastępować troski o zachowanie przejawów kultury ludowej w jej dawnych formach.³¹ To także możliwość wykorzystywania tradycyjnych sportów ludowych [Lipoński, 2008], znanych niekiedy tylko w niektórych regionach.

Jedną z pierwszych prób przedstawienia walorów kultury ludowej w kontekście ich znaczenia dla turystyki w realiach XXI wieku podjął już wspomniany Franciszek Midura. Do walorów turystycznych narodowego dziedzictwa zaliczył on: zabytki budownictwa i architektury, układy ruralistyczne, zabytki etnograficzne, wiejskie parki i ogrody, zabytki, archeologiczne, dzieła sztuk plastycznych, obiekty techniki, zmiatki historyczne (miejsca bitew i innych ważnych wydarzeń). [Midura, 20002, s. 37-56]. Warto zwrócić uwagę, że w jego ujęciu, przejawy kultury ludowej atrakcyjne dla turystyki nie mieszczą się jedynie w kategorii „zabytki etnograficzne”, gdyż z punktu widzenia turysty w wielu przypadkach liczy się przede wszystkim wyjątkowość waloru, a niekoniecznie formalny status, np. zabytku.

Kultura ludowa w publikacjach naukowych i popularnych dotyczących turystyki, a nawet wyspecjalizowanych w turystyce wiejskiej, pojawiała najpierw sporadycznie. Zwracano uwagę na atrakcyjność budownictwa, skansenów, imprez; ale długo nie sugerowano np. tworzenia specjalnych pakietów (np. pobytowych, wycieczkowych) poprzez tworzenie wyspecjalizowanych ofert w tym zakresie. Na uwagę zasługiwały działania edukacyjne regionalnych towarzystw kultury, które już na przełomie lat 80 i 90. XX w. dostrzegały znaczenie kultury ludowej dla turystyki [Drzewiecki, 1996, s. 43-47]. Zagadnienia wzajemnych powiązań obu interesujących nas dziedzin były bardzo długo marginalizowane w podręcznikach turystyki, a niekiedy całkowicie pomijane w pracach

²⁹ „Mówią ludzie, że przed laty/ cygan wszedł do wiejskiej chaty/ skłonił się babie u progu/ I powitawszy ją w Bogu/ Prosił, by tak dobrą była/ i przy ogniu pozwoliła/ z gwoździa zgotować wieczerzę!/ I gwóźdź długi w rękę bierze/. Z gwoździa zgotować wieczerzę?/ To potrawą całkiem nową!/ Baba trochę wstrząsła głową? Ale baba jest ciekawa/ co to będzie za potrawa?/. Garnek zatem wody wlewa/ i do ognie kładzie drzewa/. Cygan włożył gwóźdź powoli/ i garsteczkę prosi soli/. Hej mamuniu – do niej rzeczce/ łyżka masła by się zdała/ Niecierpliwość babę bierze/ łyżkę masła w garnek wkłada/. Potem Cygan jej powiada/ Hej mamuniu, czy tam w chacie krup garsteczki wy nie macie?/ A baba już niecierpliwa/ Końca, końca, tylko chciwa/. Garścią krupy w garnek wkłada/. Cygan wtenczas czas swój zgadł/. Gwóźdź wydobyl, kaszę zjadł...” [Fredro, Cygan i baba].

³⁰ Aktualny jest tekst piosenki. *To się nie sprzeda, pani Geppert* [sł. J. Cygan, muz. W. Korcz]: „Chciałam zaśpiewać o miłości/ Której czas nigdy nie ostudzi/ Lecz powiedzieli. Nie To nie pójdzie/ Pani Geppert, to nie dla ludzi (...) / I nauczyli, że ich zdaniem/ To znaczy zdaniem pewnych osób/ Sprzedają rzeczy się o niczym/ Napisane w przystępny sposób/..”

³¹ Przykładem jest kampania promocyjna „Moda na Mazowsze” zainicjowana przez Mazowiecką Regionalną Organizację Turystyczną w 2014 r. [Moda na Mazowsze, 2014].

dotyczących etnografii i krajobrazu kulturowego. I tak można zaobserwować prawie całkowity brak odniesień do tych zagadnień np. w podręczniku turystyki [Davidson, 1996], czy nawet w dwutomowym podręczniku [Małachowicz, 1998], w którym wśród motywów ochrony materialnego dziedzictwa polskiej wsi nie dostrzeżono szansy rozwoju turystyki.

Obserwowane było zatem z jednej strony nie dostrzeganie znaczenia tychże atutów przez branżę turystyczną i jej edukatorów, z drugiej strony – niedostatek, a raczej brak współpracy środowisk kultury i turystyki. W prekursorskim podręczniku geografii turystyki Polski [Lijewski, Mikułowski, 1992] zwrócono jedynie uwagę na istnienie muzeów, skansenów i ośrodków twórczości ludowej, ich turystyczne znaczenie ograniczając do zwiedzania i uczestnictwa w imprezach. W innym cenionym podręczniku geografii turystyki [Kowalczyk, 1992] spostrzeżenia dotyczące roli kultury ludowej zajmują jedynie kilka wierszy i dotyczą głównie skansenów i budownictwa ludowego. Również w bardzo wartościowym podręczniku Zygmunta Kruczka, wybitnego badacza i praktyka turystyki zagadnienia te ujęte są bardzo ogólnikowo. [Kruczek, 2005]. Jednocześnie w wielu podręcznikach nadal powtarzany jest bezkrytycznie, dziś już zdaniem aura, nieaktualny, podział walorów turystycznych na: poznawcze, wypoczynkowe i specjalistyczne [Warszyńska, Jackowski, 1979].³² Zbyteczne wydzielanie kategorii walorów specjalistycznych nie sprzyja wyartykułowaniu walorów turystyki wiejskiej i zmaganiu się trwającymi stereotypami.³³

Zagadnienia produktu turystycznego wykorzystującego walory kultury ludowej zostały szerzej ujęte w nowoczesnym podręczniku [Karczmarek, Stasiak, Włodarczyk, 2002].³⁴ W publikacji tej niestety powtórzono obiegową klasyfikację walorów turystycznych, zbytecznie wyodrębniając kategorię walorów specjalistycznych, do których zaliczono m.in.: jeziora, rzeki, lasy; podczas gdy należy je rozpatrywać zarówno w kontekście wypoczynku (czynnego i biernego), jak też ich znaczenia dla krajoznawców. Istotne z punktu widzenia turystyki kulturowej, słusznie wydzielane walory miejsc i walory wydarzeń należałoby rozpatrywać zarówno w aspekcie poznawczym (co na ogół czyni się przede wszystkim), ale również wypoczynkowym (np. szlaki piesze, konne, rowerowe prowadzące do tych miejsc).

Podobnie, na słuszne – zdaniem autora – oprostowanie zasługuje wydzielanie tzw. kultury wysokiej i jej odrębne rozpatrywanie w kontekście produktu turystycznego polskiej wsi, co może być pożyteczne jako deprecjonowanie kultury ludowej i sprzyjać kontynuacji niekończących się dyskusji o granicach dzielących te „dwie kultury”.

„Opracowania dotyczące turystyki kulturowej w odniesieniu do turystyki wiejskiej, są rozproszone, niekiedy bardzo powierzchowne, gdyż często nie opierają na wnikliwych analizach, a jedynie reprezentują opinie praktyków” [Cynarski, Słupecki, 2001]. To stwierdzenie wydaje się słuszne, choć trudno sobie wyobrazić prowadzenie prac badawczych bez stosownego dialogu z praktyką. Wdrażanie innowacyjnych sieciowych produktów turystycznych propagujących tradycyjną kulturę ludową wymaga nie tylko profesjonalizmu

³² Wspomniana tu odrębna kategoria „walorów specjalistycznych” obecnie nie ma uzasadnienia, gdyż: 1/ Walory te w wielu przypadkach przestały mieć takie cechy. Dziś uprawianie jazdy konnej, kajakarstwa, czy nawet amatorskiej wspinaczki jest coraz bardziej powszechne. 2. Walory nazywane specjalistycznymi mają *de facto* cechy walorów poznawczych i wypoczynkowych, wypoczynkowych pojęcie „wypoczynek” od dawna nie jest utożsamiane jedynie z biernym trybem wypełniania wolnego czasu.

³³ Zgodnie z tymi stereotypami pobyt na wsi miał oznaczać wypoczynek (często pojmowany jako bierny), a pobyt w mieście – poznawanie. Przy czym pobyt turystyczny w mieście kojarzono przede wszystkim ze zwiedzaniem zabytków i udziałem w imprezach, bardzo rzadko wskazując na wartości np. miejskiego folkloru [Piotrowski, 2000; Piotrowski, Idziak, 2001].

³⁴ Na duże uznanie zasługuje podejmowanie przez tych autorów bardzo trudnego i ryzykownego wartościowania niektórych walorów kultury ludowej. Tutaj zdaniem autora tegoż artykułu najważniejsze są przejawy wyjątkowości, niepowtarzalności przejawów folkloru. Trudno zgodzić się z zaproponowaną liczbowa oceną parków etnograficznych. Uwzględnianie takich kryteriów, jak: liczba reprezentowanych regionów, liczba eksponatów, może prowadzić do przypadkowych wniosków. Turyści nie zawsze kierują się danymi statystycznymi, lecz przyciąga ich wyjątkowość ekspozycji i jej oddziaływanie na wszystkie zmysły, nie tylko na wzrok.

twórców i partnerów produktu, ale racjonalnego, konsekwentnego zarządzania, w tym precyzyjnego podziału zadań [Piotrowski, Idziak, 2001]. To właśnie brak konsekwencji i precyzyjnych ustaleń powoduje, że skądinąd cenne inicjatywy nie spotykają się niekiedy z należytych zainteresowaniem [Gawęł, 2011], a np. oznakowane szlaki nie są monitorowane i nie prowadzone są niezbędne korekty ich przebiegu. Dość liczne opracowania mają charakter regionalny³⁵, co zasługuje na uznanie, jednak różnorodność stosowanych metod, a jednocześnie – w pełni zrozumiałe indywidualne, emocjonalne podejście autorów, utrudniają syntezę. I tak np. rozpoznawanie uwarunkowań rozwoju turystyki kulturowej w Bieszczadach potwierdza znaczący potencjał nie tylko dziewiczej przyrody, ale także jakże złożonej historii [Bajda, 2012]. Atrakcją jest odkrywanie folkloru Bojków i Łemków - danych mieszkańców (w większości wysiedlonych w ramach akcji „Wisła”. Silnymi motywami sprzyjającymi tworzeniu atrakcyjnych ofert turystycznych dysponuje Podlasie, znane jako kraina czysta ekologicznie, wielokulturowa, tolerancyjna i gościnna. Szanse rozwoju turystyki kulturowej otwierają się przed wieloma regionami.

W nowych uwarunkowaniach ustrojowych

U progu systemowych zmian w Polsce do promocji turystyki kulturowej włączyły się organizacje pozarządowe. I tak np. Mazowieckie Towarzystwo Kultury, m.in. dzięki inicjatywom Zenona Rekosza i Kazimierza Błaszczaka, intensywnie promowało dorobek Oskara Kolberga [Błaszczak, 1999] i to nie tylko z okazji 110 rocznicy jego śmierci (1999), ale w stałych działaniach, w formie imprez kulturalnych, odczytów, podróży studyjnych z udziałem przedstawicieli środowisk kultury i turystyki.³⁶

Dziś parki etnograficzne nie są jak dawniej jedynie obiektami zwiedzania i w coraz mniejszym stopniu przypominają (skądinąd także zmieniające się) muzea tradycyjne. Odwiedzający mają możliwość posługiwania się sprzętami, obserwacji powstawania dzieł sztuki i rzemiosła, odbywania konferencji (np. Sierpc, Ciechanowiec, Radom, Nagawki, Przeworsk), odpoczynku, zabawy, degustacji potraw lokalnych, a nawet organizowania imprez rodzinnych, z prawdziwymi ślubami i weselami włącznie. Stosowane są nowoczesne urządzenia multimedialne i audiowizualne. Pojawiają się coraz częściej liczne atrakcje dodatkowe, jak: wycieczki bryczkami, zabawy nawiązujące do dawnych tradycji, ozywają obiekty dostosowane do potrzeb osób niepełnosprawnych, przystosowane do obsługi turystów zagranicznych, dysponujące bogatą ofertą publikacji i pamiątek. Prowadzi się działalność edukacyjną na różnych poziomach, z edukacją poprzez zabawę dla dzieci włącznie.

W ostatnich latach współdziałanie sfery kultury (w tym kultury ludowej i turystyki wiejskiej) staje się zasługą samorządów oraz lokalnych organizacji pozarządowych, m.in. lokalnych grup działania (LGD), wspieranych środkami Unii Europejskiej. Jednak z nielicznymi wyjątkami są to inicjatywy o zasięgu przede wszystkim lokalnym, a więc nie mające jeszcze większego wpływu na rozmiar turystyki przyjazdowej. Do udowodnienia, bądź – do odrzucenia pozostaje hipoteza autora, że propagandowy (lub odczytywany w latach PRL – jako propagandowy) wydźwięk prezentacji folkloru np. w trakcie uroczystości państwowych, lub ich okresowe przesycenie, odwracało uwagę od tego zagadnienia części potencjalnie zainteresowanych. Dlatego też może w powszechnym obiegu znalazły się wówczas nieco lekceważące w swoich intencjach „wędrówki z Kolbergiem po kraju”, czy też komentarze „wieś tańczy i śpiewa” mające wyrazić rzekome znużenie tą tematyką, a faktycznie wynikające chyba jedynie z oceny niektórych form prezentacji folkloru. Trzeba tu

³⁵ Na szczególne uznanie zasługuje inicjatywa środowiska poznańskiego i gnieźnieńskiego środowiska naukowego, przejawiająca się wydawaniem elektronicznego czasopisma naukowego [Turystyka kulturowa].

³⁶ Mazowieckie Towarzystwo Kultury przyznawało twórcom ludowym nagrody „Oskary Kolberga”, propagowało jego dorobek, wskazując godne odwiedzenia miejsca. Utworzenie kolbergowskiego szlaku turystycznego byłoby jednak trudne, ponieważ O. Kolberg odwiedził i opisywał wszystkie regiony kraju.

jednoznacznie stwierdzić, że głoszenie takich haseł potwierdzało jedynie niewiedzę i brak kultury i niewiedzę ich autorów. Potwierdzeniem doceniania ojczystego folkloru była wzrastająca frekwencja na krajowych i zagranicznych koncertach, zwłaszcza wspomnianych już zespołów „Mazowsze” i „Śląsk” [Ambrożewicz, 1993, s.50-72].³⁷ Nadal dużym zainteresowaniem cieszą np. festiwale folkloru ziem górskich, konkursy palm wielkanocnych w kurpiowskiej wsi Łyse, Miodobranie Kurpiowskie, liczne imprezy organizowane przez tak zasłużone organizacje, jak np. Związek Podhalań, Zrzeszenie Kaszubsko-Pomorskie, które nawet w trudnych latach PRL zawsze zachowywały swoją tożsamość. Trzeba tu docenić wysiłki kościołów różnych wyznań, dzięki zabiegom których utrzymano np. tradycyjne procesje Bożego Ciała w strojach ludowych w Łowiczu, morskie pielgrzymki rybackie (Hel-Puck-Swarzewo), procesje konne na Opolszczyźnie, a także zgromadzono cenne eksponaty etnograficzne w wielu miejscowościach.³⁸

Atrakcyjne oferty związane z propagowaniem kultury ludowej przygotowują niektóre biura podróży, choć jest to jednak nadal oferta niewielka i ograniczająca się do propagowania najbardziej znanych regionów (Kaszuby, Podhale, Łowickie) i wielkich wydarzeń roku obrzędowego. Oferty te ze zrozumiałych względów cieszą się zainteresowaniem także turystów zagranicznych, w tym polonijnych.³⁹ Pojawiają się też częściej oferty przygotowywane na zlecenie, np. udział w zainscenizowanym weselu. Elementy folkloru bywają włączane do programów turystyki motywacyjnej i biznesowej, a także do ofert hoteli. W wielu regionach kraju powstają szlaki folklorystyczne, których twórcy coraz częściej nie ograniczają się już do promocji architektury drewnianej i twórców⁴⁰, ale także tradycyjnych potraw, często w powiązaniu z obyczajowością, wystrojem lokali gastronomicznych. Jak pokazuje doświadczenie, powyższe walory coraz częściej nie są jedynie jednym z motywów wizyt turystycznych, ale motywem podstawowym.

Propagowaniem kultury ludowej poprzez kreowanie produktów turystycznych zajmuje się od 2001 r. Polska Organizacja Turystyczna (POT) i współpracujące z nią regionalnej (ROT) i lokalne organizacje turystyczne (LOT), a także wspomniane już lokalne grupy działania (LGD) funkcjonujące na wsi i w małych miastach. [Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich, 2014], prezentujące efekty swojej pracy m.in. podczas targów turystycznych. Znaczącą rolę odgrywa certyfikacja produktów turystycznych, prowadzona przez POT [Certyfikowane produkty turystyczne, 2016]. Wśród takich produktów związanych z oferta polskiej wsi wymienić można m.in.: „Małopolską wieś dla dzieci”, „Małopolską wieś pachniała ziołami”, Spalski jarmark artystów i rękodzieła ludowego; Skansen rzeki Pilicy w Tomaszowie Mazowieckim, Śląskie smaki, szlaki architektury drewnianej w południowych województwach Polski, Szlak żelaza i kowalskich tradycji w okolicy Wojciechowa i Nałęczowa, Dni rybaka w Kątach Rybackich, Suwalski jarmark folkloru, szlak garncarski w okolicy Suwałk. Inicjatywy te są wspierane finansowo przez Unie Europejską.

Niewątpliwą zachętę do promocji szerszego udziału kultury ludowej w budowaniu polskiej oferty turystycznej stanowią szkolenia, konferencje, targi turystyczne, platformy internetowe. Idea zbliżenia turystyki i kultury bliska jest Polskiej Federacji Turystyki Wiejskiej „Gospodarstwa Gościnne” i zrzeszonym w niej stowarzyszeniom

³⁷ Szczególną popularność zyskiwały występy tych zespołów w środowiskach polonijnych.

³⁸ Np. na Spiszu, Orawie, Podhalu, w Opoczyńskim, Rawskim, Łowickim, Sieradzkim; w rejonie Zbąszynia, Szamotuł i Krobi (Wielkopolska) księżą zachęcali i zachęcając do noszenia strojów ludowych i kultywowania tradycji roku obrzędowego, rzemiosł artystycznych; także w przeświadczeniu, że spowoduje to wzrost zainteresowania ze strony turystów.

³⁹ Forum Turystyki Przyjazdowej działające przy Polskiej Organizacji Turystycznej [www.pot.gov.pl] jest platformą wymiany doświadczeń i współpracy w zakresie kształtowania oferty turystycznej. Większość biur podróży współpracujących w ramach Forum deklaruje propagowanie kultury ludowej, w przeświadczeniu, że taka oferta przyczyni się do uzyskiwania przewagi konkurencyjnej dla polskiej branży turystycznej.

⁴⁰ Do Podlaskiego Szlaku Rękodzieła włączono w 2013 r. jeden z najstarszych szlaków tematycznych, czyli Szlak Twórców Ludowych Puszczy Knyszyńskiej, który powstał w pierwszych latach 90. XX w., dzięki innowacyjnej współpracy etnografów, muzealników, historyków, przyrodników, specjalistów marketingu terytorialnego i turystyki.

agroturystycznym. Inicjatywy konsolidacyjne, zmierzające do szerszej integracji z turystyką, wywodzą się także z kręgów zarządzających muzeami, w tym zlokalizowanymi na wolnym powietrzu. Mają w tym duże zasługi powstałe w 1998 r. Stowarzyszenie Muzeów na Wolnym Powietrzu w Polsce [Historia Stowarzyszenia Muzeów..., 2014], ale również krajowe i lokalne porozumienia muzeów, czego dowodem jest ich coraz bogatsza oferta prezentowana w trakcie targów turystycznych.

Efektom są: nowe gospodarstwa agroturystyczne, z bogatszą ofertą dla gości; cenne inicjatywy środowiska twórców kultury ludowej, zacieśnienie współpracy instytucji, organizacji i osób, a przede wszystkim relatywnie tania i wartościowa oferta i dodatkowe źródła dochodów dla społeczności wiejskich przy zapewnieniu ochrony zagrożonego dziedzictwa kultury.

„Na wsi powinniśmy przede wszystkim odpoczywać, a miasto- zwiedzać”. Nic bardziej błędnego, wszak można zwiedzać wieś i wypoczywać (często czynnie), ale najlepiej... w innym mieście. Poza tym w mieście można nie tylko poznawać zabytki, ale np. ... folklor. Pozytecznym dla mieszkańca wsi może być wypoczynek w... innej wsi. Liczy się zmiana otoczenia, a także możliwość samodzielnego wyboru sposobu wypełniania wolnego czasu. W tym wolnym czasie cenna jest zawsze spokojna i wyważona refleksja, która pozwoli na takie zmiany myślenia i postępowania – po powrocie do pourlopowych realiów.

Wymoczek wakacyjny, urlopowy, weekendowy, jest szansą do polemiki z wieloma stereotypami. Oto mieszkańcom miast wmawiano, że powinni wyłącznie wypoczywać na wsi, a niektórzy nawet uważają, że mieszkańcy wsi w ogóle nie powinni nigdzie wyjeżdżać, gdyż żyją w zdrowym środowisku. Z kolei inni twierdzą, że pracownicy turystyki nie powinni korzystać z urlopów, gdyż turystykę uprawiają przez cały rok (!).

Dlatego też – co należy powtarzać stale- tak ważne jest pokonywanie tych i innych stereotypów, poprzez kształtowanie świadomości wobec wartości turystyki, zarówno postrzeganych od strony sfery popytu, jak i podaży.

Kogo warto (należy) przekonywać do nakreślonych idei? Pełnej listy odbiorców nie uda się nigdy zestawić. Tym większa szansa w przekonywaniu, im język i argumenty są bardziej dostosowane do odbiorcy. Do czego mamy przekonywać? Do dostrzegania piękna ludowego dziedzictwa, do dumy z jego posiadania, do potrzeby jego ochrony i popularyzacji, by nie powiedzieć wreszcie – do pozyskiwania korzyści finansowych z tytułu organizacji i obsługi, ale i do uprawiania turystyki. Uprzystępnienie kultury ludowej to jej „racjonalne dawkowanie”, zwłaszcza wobec osób nie doceniających jej potencjału, podatnych na negatywne wpływy złych opinii, wierne stereotypom. Festiwale (nie tylko wyspecjalizowane w folklorze), targi turystyczne, kampanie promocyjne kraju, regionów i miast i nie powinny jednak tworzyć bądź utrzymywać wizerunku naszego kraju, kojarzonego zwłaszcza za oceanem do niedawna niekiedy jedynie z folklorem.

Pragniemy, aby Polska nazywała się krajem innowacyjnym? Niech jedna z tych innowacji będzie poszanowanie tradycji nie kłóące się przecież z wyborem przyszłości. Jeśli będą ją nadal oznaczać np. kontrasty kulturowe to należy te fakty postrzegać jako bogactwo, też szansę na pozyskiwanie turystów, którzy zawsze poszukują odmienności. [Piotrowski, 2000]. Niech jednak przenikanie kultur nie oznacza zastępowania jednych – słabszych, innymi – silniejszymi. Jeśli kraj pragnie nadal nazywać się tolerancyjnym, powinien wykorzystywać szansę, jaka daje turystyka, sprzyjająca zawsze łagodzeniu nastrojów społecznych. Bezpośrednie relacje Polska-Polonia, miasto – wieś, nie obudowane opiniami „pośredników” zbliża te środowiska, a ich przedstawiciele rzadziej będą się sobie wzajemnie dziwić, a częściej – wzajemnie podziwiać [Piotrowski, Idziak, 2001]. Być może rzadziej

pojawiać się będą po stronie miasta i wsi wspomniane już hasła z odcieniem złośliwości „Wędrówek z Kolbergiem po kraju”, „Czy wieś tańczy i śpiewa”. Idei zbliżenia społeczności miasta i wsi niewątpliwie posłuży powstałe w 2015 r. Muzeum Słoika w Warszawie.⁴¹

Wnioski

Obszerne tomy dzieł Oskara Kolberga wymagają popularyzacji, publikacji cytatów, a także inspirujących wskazań metodycznych. Autor niniejszego artykułu, będący zwolennikiem uważnego studiowania historii (i wysnuwania z niej wniosków), ma świadomość zmieniających się uwarunkowań rzutujących na kształtowanie się relacji między sferą turystyki i kultury. Wydaje się, że relacjom turystyki i kultury potrzebna jest pewna stabilizacja. Motywami sprzyjającymi pielęgnowaniu i propagowaniu szeroko rozumianego folkloru jest teraz: z jednej strony – świadomość jego zagrożenia w wyniku globalizacji i przyspieszonego tempa życia, z drugiej – argument ekonomiczny – szansa pozyskiwania wpływów z tytułu obsługi ruchu turystycznego, wpływów osiąganych przez przedstawicieli różnych zawodów. Cenne są prowadzone w wielu ośrodkach akademickich analizy ofert turystyki wiejskiej i preferencji korzystających z tych ofert. Wydaje się jednak, że kreatorom i propagatorom tego produktu nie powinno braknąć wiedzy i zapału do poszukiwania nowych koncepcji. Nie powinno to – zdaniem autora – przyczyniać się jedynie do każdorazowego schlebienia gustom mieszkańców miast, m.in. poprzez usilne dążenie do upodabniania ofert gospodarstw wiejskich do propozycji hoteli czy ośrodków wczasowych.

Koncepcji jeszcze większego wykorzystania potencjału kultury ludowej dla turystyki polonijnej może być bardzo dużo, a szansa ich powodzenia w dużym stopniu zależy od różnorodności propozycji. Celowym jest utworzenie wiodącego ośrodka wykorzystującej ogniskującego potencjał polskiej kultury ludowej. Powinna to być działalność sprzyjająca koordynacji pewnych działań, lecz w zdanym przypadku współpraca nie wymuszona i nie zagrażająca największemu walorowi folkloru, jakim jest jego autentyczność, autentyczność więc różnorodność.⁴² Utworzenie centralnej bazy informacyjnej o ofertach turystyki kulturowej z możliwością wyszukiwania ofert według różnych kryteriów.

Do innych ważnych zadań należą:

- *Zapewnienie sprawnego przepływu aktualnych informacji o osobach, miejscach, wydarzeniach propagującego folklor.
- *Kompleksowa oferta parków etnograficznych i muzeów powiązana z edukacją, rozrywką, wypoczynkiem, organizowaniem imprez biznesowych, rodzinnych – skierowana do Polonii. Warto rozważyć spotkania polskich i polonijnych zespołów folklorystycznych w skansenach.
- * Włączanie do programów imprez folklorystycznych prezentacji oferty turystyki wiejskiej, w tym agroturystyki
- * Promowanie kultury ludowej na targach (nie tylko turystycznych)
- * Promowanie kultury ludowej w środowiskach polonijnych, zarówno wyjazdy twórców do ośrodków polonijnych, jak i wykorzystywanie pobytów przedstawicieli Polonii w kraju do ukazania im atrakcji kultury ludowej

⁴¹ Słowo „słoik” pojawiło się w najnowszych słownikach w zupełnie innym znaczeniu. Twórcą wspomnianego muzeum (w siedzibie Muzeum Techniki w Warszawie), jest redaktor Marek Traczyk. Autor artykułu, wpierający tę ideę zadaje m.in. następujące pytanie: „Czy nazywanie słoikami osób o wiejskich korzeniach, dziś mieszkających w miastach i powracających po każdym weekendzie na wsi do miejskich pieleszy, obdarzonych słoikami, miałyby te osoby obrazić, a jeśli tak, to właściwie dlaczego?”

⁴² Trzeba pamiętać, że pojęcie „koordynacji” źle zakorzeniło się w pamięci wielu Polaków, gdyż kojarzone było z odgórnymi wpływami. W sferze turystyki i kultury szczególnie liczy się wolność, samodzielne decydowanie o sposobie wypełniania wolnego czasu, czy ewentualnie o podjęciu niełatwych zadań, związanych z obsługą ruchu turystycznego. zadania

*Opracowanie, wdrożenie i wypromowanie tras tematycznych prowadzących do ośrodków kultury ludowej wraz z ożywianiem tych szlaków. Niezbędna współpraca wielu partnerów i sponsorów.

*Literatura turystyczno-krajoznawcza przybliżająca kulturę ludową (przewodniki, informatory, mapy – także w wersji elektronicznej).

*Promocja obiektów i atrakcji kultury ludowej w miejscowościach i na trasach tranzytowych (oznakowanie turystyczne, kolportaż materiałów promocyjnych w obiektach na trasie).

*Imprezy tematyczne – zgodne z kalendarzem imprez i organizowane na zlecenie.

*Programy turystyki edukacyjnej dla młodzieży polonijnej, uwzględniające aktywne poznanie kultury ludowej wraz z nauką śpiewu, tradycyjnych rzemiosł itd.

*Organizacja pobytów dla odkrywców (różnych pokoleń) połączonych z bezpośrednim poznawaniem folkloru (nagrania, wywiady z twórcami, filmowanie, plenery malarskie i fotograficzne).

*Propozycje wycieczek szlakiem wybitnych znawców i popularyzatorów kultury ludowej: Zygmunta Glogera, Oskara Kolberga, Tadeusza Sygietyńskiego, Miry Zimińskiej-Sygietyńskiej, Stanisława Hadyny.

*Konkursy tradycyjnych gry terenowe popularyzujące kulturę ludową.

*Wykorzystywanie tradycyjnych sportów i gier ludowych w ożywianiu programów pobytu.

*Certyfikacja pamiątek propagujących folklor (dzieła artystów ludowych, inspiracje współczesne).

*Różne inicjatywy, uzależnione od specyfiki miejsc, pór roku, wreszcie – a może niekiedy przede wszystkim – od kreatywności i talentów organizatorskich.

Literatura

Ambrożewicz T., 1993, *Doroczne obrzędy na Mazowszu*, [w:] Edukacja kulturalna młodzieży, Zeszyty Regionalne Mazowieckiego Towarzystwa Kultury, Warszawa.

Błaszczak K., 1999, *Mazowiecka pamięć o Kolbergu w 110 rocznicę śmierci* [w:] Edukacyjne funkcje turystyki kulturowej, Mazowieckie Towarzystwo Kultury, Warszawa

Bogdanowski J., 1998, *O lice ziemi, czyli krajobrazu kulturowego dziś i jutro*, [w:] *Ziemia, ZG PTTK*, Warszawa.

Bucewicz-Zakrzewska K., 1975, *Skanseny, muzea i zbiory etnograficzne w Polsce*, Centralny Ośrodek Informacji i Reklamy Turystycznej, Warszawa.

Bujak J., 1971, *Znaczenie regionalizmu krajoznawczego dla rozwoju muzeów i zbiorów etnograficznych*, [w:] Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Jagiellońskiego, Seria Prace Etnograficzne: 5., Kraków.

Burszta J., 1987, *Folklor*, [w:] Słownik etnologiczny. Terminy ogólne, PWN, Warszawa-Poznań.

Bystróż J., 1947, *Etnografia Polski*, Czytelnik, Warszawa.

Bystróż J., 1947, *Kultura ludowa*, Trzaska, Evert i Michalski, Warszawa.

Chętnikowa J., 1969, *Kurpiowskie muzeum na wolnym powietrzu w Nowogrodzie Łomżyńskim*, Prezydium Powiatowej Rady narodowej, Łomża.

Czajkowski J., 1979, *Formy i metody ekspozycji w muzeach skansenowskich*, [w:] *Muzea skansenowskie w Polsce*. Biblioteka Narodowego Muzeum Rolnictwa w Szreniawie, Państwowe Wydawnictwo Rolnicze i Leśne, Szreniawa-Poznań.

Człowiek i jego dzieło. O Kazimierzu Uszyńskim wspomnienia.... 2007, (red. K. Marszałek) Muzeum Rolnictwa im. Ks. Krzysztofa Kluka, Ciechanowie.

Dawne obyczaje i zwyczaje szlachty ludu wiejskiego w Polsce i w ościennych krajach, 1880, Nakładem F. S. Dmochowskiego, Warszawa.

Drzewiecki M., 1996, *Agroturystyka w Polsce*, [w:] Rocznik Dydaktyczny Wyższej Szkoły Turystyki i Hotelarstwa.

Gloger Z., 1866, *Słowno o wycieczkach za granicę*, [w:] „Kłosa”, cyt. za: H. Syska, Zygmunt Gloger, Warszawa, b.m.r.w.

Gordon A., 1999, *PTTK przed 50-leciem połączenia PTTT i PTK*, [w:] „Ziemia”, s. 111-181.

Grys I., 2010, *Turystyka jako temat ekspozycji muzealnej*, [w:] Labor omnia vincit. Studia z zakresu muzealnictwa, turystyki, sztuki i ochrony zabytków. Księga jubileuszowa w 70-lecie urodzin Franciszka Midury, ALMAMER Szkoła Wyższa, Warszawa

Kaczmarek J., Stasiak A., Włodarczyk N., 2002, *Produkt turystyczny albo jak zorganizować poznawanie świata*, Uniwersytet Łódzki, Łódź.

Kolberg I., 1885, [i nast.]. *Lud, jego zwyczaje, sposób życia, mowa, podania, przysłowia, obrzędy, gusła, zabawy, pieśni muzyka i tańce*.

Kolorowe jarmarki, 1967, Wojewódzki Ośrodek Informacji Turystycznej, Kielce.

Kołątaj H., 1953, *Wybór pism naukowych*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa.

Kopaliński W., 2007, *Słownik wyrazów obcych i zwrotów obcojęzycznych z almanachem, Rytm*, Warszawa.

Kowalczyk A., *Geografia turystyki*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa.

Kruczek Z., 2002, *Obsługa ruchu turystycznego*, Proksenia, Kraków.

Kruczek Z., 2005, *Polska, geografia atrakcji turystycznych*, Proksenia, Kraków.

Kulczycki Z., 1976, *Zarys historii turystyki w Polsce*, Sport i Turystyka, Warszawa.

Kultura ludowa w krajoznawstwie polskim. Materiały do dyskusji przed Kongresem Krajoznawczym, 1978, ZG PTTK, Warszawa.

Kutrzeba- Pojnarowa A., 1999, *Ważniejsze terytoria i grupy etnograficzne*. Zakład Etnografii Instytutu Historii Kultury Materialnej PAN i UW, Warszawa.

Labor omnia vincit. Studia z zakresu muzealnictwa, turystyki, sztuki i ochrony zabytków. Księga jubileuszowa w 70-lecie Franciszka Midury, 2010, ALMAMER Wyższa Szkoła Ekonomiczna, Warszawa

Lijewski T., Mikułowski Z., 1992, *Geografia turystyki Polski*, PWN Warszawa.

Lipoński W., 2008, *Encyklopedia sportów świata*, Oficyna Wydawnicza Atena, Poznań.

Małachowicz E., 1998, *Ochrona środowiska kulturowego*, t. I, II, PWN, Warszawa-Poznań.

Merski J., Piotrowski J.P., 2010, *Drogi ewolucji drukowanych przewodników turystycznych po Polsce*, ALMAMER Szkoła Wyższa, Warszawa.

Metodyka wycieczek krajoznawczych, 1909, Polskie Towarzystwo Krajoznawcze, Warszawa.

Midura F., 2010. *Historia i dziedzictwo podstawa atrakcyjności turystycznej na Mazowszu*. [w:] Węgrów i Ziemia Liwska. Perły kultury i atrakcyjność turystyczna, ALMAMER Szkoła Wyższa, Warszawa.

Midura F., 1979, *Muzealnictwo skansenowskie w Polsce* [w:] Muzea skansenowskie w Polsce. Biblioteka Narodowego Muzeum Rolnictwa. Państwowe Wydawnictwo Rolnicze i Leśne. Szreniawa- Poznań.

Midura F., 2002, *Walory dziedzictwa kulturowego polskiej wsi*, [w:] Rocznik Dydaktyczny Wyższej Szkoły Hotelarstwa i Turystyki, Warszawa.

Nasiadko M., 1979, *Nowogród*, KAW, Białystok.

Orłowicz M., 1911, *Polskie Towarzystwo Krajoznawcze* [w:] Wędrowiec, nr 15, s. 307-309.

Patkowski A., 1939, *Istota, idea i program naszego ruchu krajoznawczego*, [w:] „Ziemia”, nr 29, s. 2-4.

Piotrowski J.P., 2012, *Dylematy Polskiego Towarzystwa Krajoznawczego w latach 1950-1989*, [w:] Z dziejów turystyki w Polsce i polonijnej kultury fizycznej, Zamiejscowy Wydział Kultury Fizycznej poznańskiej AWF i Polskie Towarzystwo Naukowe Kultury fizycznej, Gorzów Wielkopolski.

Piotrowski J.P., 2014, *Historia magistra vitae, praktyczny wymiar historii turystyki*, Zeszyty Naukowe, ALMAMER Szkoła Wyższa, Warszawa.

Piotrowski J.P., 2000, *Krajoznawcze rozważania o granicach*, [w:] „Ziemia”, ZG PTTK, Warszawa.

Piotrowski J.P., 1997, *Muzeum jako atrakcja turystyczna, Podstawy promocji informacji turystycznej dla zarządzających małymi muzeami regionalnymi*. [w:] „Społeczna Opieka nad Zabytkami”, ZG PTTK, Warszawa.

Piotrowski J.P., 1997, *Obiekty kultury jako atrakcja turystyczna*. [w:] Kulturowe aspekty turystyki i gospodarki turystycznej, Polskie Stowarzyszenie Turystyki, Warszawa.

Piotrowski J.P., 2012, *Polskie Towarzystwo Turystyczno-Krajoznawcze w latach 1950-1989*, Ministerstwo Sportu i Turystyki, Wydawnictwo PTTK „Kraj”, Warszawa.

Piotrowski J.P., 2001, *Promocja agroturystyki*, [w:] „Doradca Hotelarza”, nr 3.

Piotrowski J.P., 2013, *Promocja lokalizacji szczegółowej hotelu jako innowacyjne narzędzie w walce konkurencyjnej*, [w:] Innowacyjne rozwiązania we współczesnym hotelarstwie, ALMAMER Szkoła Wyższa, Warszawa.

Piotrowski J.P., 2008, *Przewodniki turystyczne dawniej i dziś*, [w:] Humanistyczne aspekty sportu i turystyki, Salezjańska Organizacja Sportowa, AWF, Warszawa.

Piotrowski J.P., 2013, *Przewodniki turystyczne XIX i XX w. w Polsce*, [w:] Studia materiały z dziejów krajoznawstwa polskiego. Wartość kontynuacji i praktyki w turystyce. Tom VIII, Komisja Historii i Tradycji ZG PTTK, Warszawa.

Piotrowski J.P., 2010, *Różnorodność bogactwem turystyki, PTTK strażnikiem jej ochrony*, Salezjańska Organizacja Sportowa, AWF Warszawa.

Piotrowski J.P., 2007, *Takich życiorysów warto się uczyć* [w:] Człowiek i jego dzieło. O Kazimierzu Uszyńskim wspomnienia..., Muzeum Rolnictwa im. Ks. K. Kłuka, Ciechanowiec.

Piotrowski J.P., 1992, *Tyle jest ojczyzn najmniejszych* [w:] „Poznaj Swój Kraj”, nr 10.

Piotrowski J.P., 2004, *Współczesne przewodniki turystyczne po Polsce*, [w:] „Rocznik Dydaktyczny Wyższej Szkoły Turystyki i Hotelarstwa”, Warszawa.

Piotrowski J.P., Idziak W., 2001, *Kultura bogactwem turystyki wiejskiej*, Fundacja Wspomagania Wsi, Warszawa.

Piotrowski J.P., Traczyk M., 1999, *Promocja i informacja turystyczna*, Kraków.

Pokropek M., 1978, *Atlas sztuki ludowej i folkloru w Polsce*, Arkady, Warszawa.

Przanowski W., 1936 *Dydaktyka pracy ręcznej*, Nasza Księgarnia, Warszawa.

Reczek W., 1976, *Model organizacyjny turystyki w Polsce*, Sport i Turystyka, Warszawa.

Romer E., Polackówna M., 1929, *Pogadanki krajoznawcze*, Książnica Atlas, Lwów-Warszawa.

Rybczyński W. (red.), 2014, *Obszary turystyki polonijnej, Stan i potrzeby*, ALMAMER Szkoła Wyższa.

Rybczyński W., (red.) *Turystyka polonijna – zarys problemu*. ALMAMER Szkoła Wyższa, Warszawa.

Rycerski T., 1990, *Inwentaryzacja krajoznawcza Polski i jej osiągnięcia*, [w:] „Ziemia” 1990, ZG PTTK, Warszawa.

Sadkowski T., Szarejko K., 1978, *Chata za miastem na Kaszubach i Kociewiu*, Zrzeszenie Kaszubsko-Pomorskie, Gdańsk.

Salwa K., 1979, *Zadania muzealnictwa skansenowskiego w warunkach rozwiniętej cywilizacji przemysłowej*, [w:] Muzea skansenowskie w Polsce, Biblioteka narodowego Muzeum Rolnictwa w Szreniawie, Państwowe Wydawnictwo Rolnicze i Leśne, Szreniawa – Poznań.

Skowron W., 2009, *Miejsce nauki w procesie budowania ruchu krajoznawczego...*, [w:] „Wędrownik”, nr 3.

Sojusz kultury, sportu i rekreacji, 1971, [w:] „Światowid”, nr 6.

Spoleczna Opieka nad Zabytkami 1992, 1997-2001, ZG PTTK, Warszawa.

Święch J., 1978, *Ruch krajoznawczy a muzealnictwo etnograficzne*, [w:] *Kultura ludowa w krajoznawstwie polskim. Materiały do dyskusji przed Kongresem Krajoznawczym*, ZG PTTK, Warszawa.

Twardowski J., ks., 1993, *99 wierszy*, Wydawnictwo S.R., Warszawa.

W sprawie turystyki, 1912, [w:] „Wieś i Dwór”, z. V-VI.

Zawistowicz- Adamska K., 1976, *Polska sztuka ludowa, stan wiedzy prace badawcze, opieka i upowszechnianie*, „Cepelia”, PWN, Łódź.

Znamierowska- Prufferowa M., 1932, *Mały kwestionariusz etnograficzny. Co możemy przywieźć z wakacji*, Wydawnictwo Lewkowicz, Wilno.

Strony internetowe

Bajda L., 2012, *Uwarunkowania rozwoju turystyki kulturowej w Bieszczadach*, [w:] „Turystyka kulturowa” www.turystykakulturowa.org/pfd/2012_06_01

Certyfikowane produkty turystyczne, 2015. Polska Organizacja Turystyczna www.polska.travel/certyfikaty-pot

Cynarski W., Słupecki J., 2014, *Treści turystyki kulturowej w obszarze badań agroturystyki i turystyki wiejskiej*, [w:] „Turystyka kulturowa” www.turystykakulturowa.org/pdf/2011_10-02

Czarnowski A., *Słynni krajoznawcy, 2010*, [w:] Studia i materiały z dziejów krajoznawstwa polskiego, ZG PTTK, www.centralnabibliotekapttk.pl/uploads/T4i.pdf

Gawel T., 2011, *Zarządzanie szlakami architektury drewnianej w kontekście procesu popularyzacji*. [w:] „Turystyka kulturowa”, www.turtstykakulturowa.org/pdf

Historia Stowarzyszenia Muzeów na Wolnym Powietrzu we Polsce, 2014, www.muzeaskansenowskie.eu

Instytut im. Oskara Kolberga, 2014, Poznań, www.oskarkolberg.pl

Małopolski Szlak Architektury Drewnianej, 2014, www.drewniana.malopolska.

Materiały Muzeum Budownictwa Ludowego w Sanoku. Rocznik o charakterze regionalnym poświęcony etnografii Podkarpacia, 2014, www.skansen.sanok.pl

Moda na Mazowsze. 2015. Mazowiecka Regionalna Organizacja Turystyczna, <http://modanamazowsze.pl>