

Inicjatywa społeczna w kształtowaniu tożsamości lokalnej – przykład projektu „Cichy Memorial” (region Podkarpacia)

Ewa Markiewicz
ewa.markiewicz@amu.edu.pl
ORCID 0000-0001-7600-054X
Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu
Wydział nauk Geograficznych i Geologicznych
Katedra Turystyki i Rekreacji

Agnieszka Niezgoda
agnieszka.niezgoda@ue.poznan.pl
ORCID 0000-0002-2456-1633
Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu
Instytut Gospodarki Międzynarodowej
Katedra Międzynarodowych Stosunków Gospodarczych

Abstrakt: Sednem tożsamości terytorialnej jest związek emocjonalny mieszkańców z ich okolicą. Tożsamość lokalna sprzyja zatem podtrzymaniu regionalnych tradycji i zwyczajów, przez co może mieć znaczny wpływ na zachowanie kultury będącej elementem atrakcyjności turystycznej. Celem artykułu jest przedstawienie roli inicjatywy społecznej w kształtowaniu tożsamości miejsca poprzez procesy partycypacji społecznej na przykładzie projektu „Cichy Memorial” w województwie podkarpackim. Zadaniem tej inicjatywy było przybliżenie losów przeciętnych ludzi, mieszkańców bieszczadzkich wsi i uhonorowanie ich poprzez stworzenie im „graficznego” pomnika” na deskach wiejskich prywatnych zabudowań gospodarczych. Pomysł tak się spodobał, iż projekt jest kontynuowany i prace powstają również w innych regionach kraju. Wyniki badań jakościowych pokazały, że „Cichy Memorial” pozwolił wykorzystać poczucie tożsamości lokalnej, a jednocześnie uświadomił mieszkańcom, że są częścią regionu, w którym mieszkają i posiadają unikatowe dobro, które wzmacnia atrakcyjność turystyczną. Ukazany przykład potwierdza, że tożsamość lokalna sprzyja podtrzymaniu regionalnych tradycji i zwyczajów, przez co może mieć znaczny wpływ na zachowanie kultury, nawiązywać do przeszłości i stanowić część autentyczności dziedzictwa kulturowego regionu.

Słowa kluczowe: tożsamość lokalna, dziedzictwo kulturowe, atrakcyjność turystyczna, partycypacja społeczna

Wprowadzenie

W dobie procesów konkurencji, które dotyczą nie tylko produktów materialnych, ale również jednostek terytorialnych (regionów), ważnym problemem staje się kształtowanie atrakcyjności poprzez wyróżnienie tych jednostek cechami odrębnymi od innych i trudnymi do naśladowania. Zgodnie z koncepcją marketingu terytorialnego, zintegrowany kompleks wartości oferowanych przez obszar (miejsce, jednostkę terytorialną) tworzy „produkt”, którego odbiorcami są: mieszkańcy, inwestorzy i turyści. Każde miejsce może rozwijać się, przeżywać odrodzenie, zmieniać wizerunek w wyniku właściwego zarządzania. W takim ujęciu „miejsce” to nie tylko obszar w rozumieniu geograficznym, ale również ludzie, kultura, zasoby naturalne i antropogeniczne, infrastruktura i wszelkie przyszłe możliwości z tym miejscem związane [Niezgoda 2006, s. 64].

W ujęciu socjologicznym przyjmuje się, że podstawowym kryterium wyodrębnienia regionu spośród innych typów społeczności terytorialnych jest poczucie odrębności od innych zbiorowości oraz siła więzi emocjonalnych koncentrująca się wokół emocjonalnego stosunku do regionu [Jałowicki, Szczepański, Gorzelak 2007]. Można zgodzić się z tezą Danuty Walczak-Duraj [2011, s. 162], że zasadniczym sposobem budowania kapitału społecznego na poziomie regionalnym jest skoncentrowanie się przez władzę samorządową na procesie wykształcania i/bądź podtrzymywania tożsamości wspólnot lokalnych danej wsi, gminy, miasta, a w konsekwencji regionu.

Tożsamość lokalna sprzyja podtrzymaniu regionalnych tradycji i zwyczajów, przez co może mieć znaczny wpływ na zachowanie kultury będącej elementem atrakcyjności turystycznej. Poprzez wykorzystanie potencjału społecznego wspólnot, szukanie nowych form partycypacji obywatelskiej w życiu społecznym, kształtowanie aktywnych postaw czy integrowanie wspólnot i społeczności lokalnych tworzone jest dziedzictwo kulturowe [Gajowiak 2012, s. 68].

Turystyka opierająca się na eksploracji dziedzictwa pozwala gościowi (turyście) przybliżyć się do zjawisk, które miały miejsce w przeszłości [Czerny 2005]. Przyjmując optykę marketingu terytorialnego, taki historyczny wyróżnik może zachęcać turystów do przyjazdu w określone miejsce i stanowić o przewadze konkurencyjnej tego miejsca w stosunku do innych regionów. W kontekście poszukiwania przez turystów autentycznych doświadczeń wagi nabiera uwierzytelnienie przekazu dotyczącego posiadanego dziedzictwa kulturowego. Wśród modeli bezpośredniego uwierzytelnienia na szczególne uznanie zasługuje model gorący (procesowy), w którym uwzględniono zarówno perspektywę gospodarza, jak i gości oraz nieuniknione oddziaływanie ich wzajemnej interakcji, czego efektem jest wzrost autentycznych doświadczeń turysty i stworzenie obrazu miejscowej społeczności jako „depozytariuszy dziedzictwa, jego gospodarzy i użytkowników (w wielu wymiarach) a więc tych, którzy podtrzymują jego żywotność i nadają mu wciąż nowe znaczenia” [Mikos von Rohrscheidt 2020, s. 78].

W kreowaniu atrakcyjności, odrębności regionalnej ważną rolę może odgrywać tożsamość lokalna i inicjatywa społeczna. Jak stwierdza Mirosława Czerny [2005, s. 221] „ludzie, którzy tam żyją, kształtują tę przestrzeń, ale też sami są przez nią kształtowani”.

Celem artykułu jest przedstawienie roli inicjatywy społecznej w kształtowaniu tożsamości miejsca poprzez procesy partycypacji społecznej. Na przykładzie projektu

„Cichy Memoriał” w województwie podkarpackim autorki wskażą możliwości i skutki, jakie ta inicjatywa wywołała dla kształtowania atrakcyjności turystycznej. Przy wyborze podmiotu badań autorki kierowały się potrzebą poszanowania autentyczności kulturowego, bowiem budowanie marki miejsca powinno opierać się na jego rzeczywistej tożsamości, a nie na nowych, sztucznie wykreowanych walorach [Mikos von Rohrscheidt 2020].

Tożsamość lokalna – pojęcie i cechy

Jednostki terytorialne stanowią pewien otwarty system uwarunkowany historycznie, ciągle zmieniający się i ewaluujący wraz z zachodzącymi w nim relacjami między ludźmi a środowiskiem [Nieżgoda 2006; Griszal 2015]. Koncepcja marketingu terytorialnego zakłada, że na grunt zarządzania jednostkami terytorialnymi można przetransponować pojęcia i działania wypracowane dla potrzeb zarządzania organizacją. Tożsamość można zdefiniować jako zespół cech i właściwości, pozwalający określić oraz zidentyfikować daną organizację [Figiel 2015]. Tożsamość jest zestawem podstawowych atrybutów wyróżniających daną organizację od innych graczy rynkowych, a zwłaszcza bliskich konkurentów [Altkorn 2002, s. 7; Florek 2014, s. 21].

Również wyjątkowe cechy miejsca decydują o możliwościach kształtowania jego tożsamości. Należą do nich dzieje miasta/regionu, zwyczaje, tradycje, styl życia mieszkańców, a także symbole kulturowe charakterystyczne dla danego obszaru. Ewa Glińska [2012, s. 271] nazywa je „kapitałem tożsamości”. W oparciu o definicję tożsamości organizacji tożsamość miejsca definiowana jest jako zbiór elementów i cech miejsca umożliwiających jego identyfikację i wyróżniających spośród innych miejsc [Bebeka 2018, s. 56]. Miejsce staje się fundamentalną składową tożsamości osobistej oraz środkiem do odróżniania się od innych i budowania pozytywnej samooceny. Przywiązanie do miejsca odgrywa rolę w pogłębianiu indywidualnej, grupowej i kulturowej samooceny, poczucia wartości i dumy z samego siebie [Florek 2018, s. 154].

Z takiego ujęcia wynikają dwie ważne implikacje. Po pierwsze, historyczne uzasadnienie kreowania tożsamości, co uwzględnia następująca definicja określająca tożsamość miejsca jako „ogół cech wyróżniający dany obszar, które historycznie ukształtowały jego charakter” [Glińska 2012, s. 271]. Miejsce ma więc też wymiar diachroniczny – ma swoją historię, a spostrzegana ciągłość miejsca jest czynnikiem silnie wpływającym na jego tożsamość i doświadczenie [Beatley 2004; Hayden 1997].

Drugą ważną konsekwencją tych rozważań jest konieczność zauważenia, że tożsamość terytorialna może być pojmowana jako indywidualna i zbiorowa. Indywidualna tożsamość terytorialna określana jest jako umysłowa reprezentacja i emocjonalna ocena danego obszaru, który człowiek włącza do koncepcji samego siebie i postrzega jako swoją część [Łukowski 2002, s. 82-83]. Tożsamość zbiorowa jest poczuciem więzi łączących człowieka z innymi ludźmi zamieszkującymi wspólnie dane terytorium.

Tożsamość lokalna wywodzi się od takich pojęć jak: tożsamość miejsca, tożsamość społeczna i tożsamość kulturowa. „Miejsce” może być definiowane w różny sposób. W literaturze występują najczęściej odniesienia do miast [Klage 1991; Glińska 2012; Florek 2014].

Tożsamość społeczną Piotr Sztompka [2016, s. 136] określa jako „szczególnie kwalifikowany rodzaj więzi społecznych, wyróżniający się poczuciem emocjonalnej wspólnoty nie z jednym partnerem, ale z całą realnie istniejącą grupą społeczną, albo z całą statystycznie wyróżnialną kategorią społeczną, o której myślimy «my»”. Formułując podstawowe tezy dotyczące roli przestrzeni międzyludzkiej w tworzeniu kapitału społecznego Autor stwierdza: „jesteśmy tym, co otrzymaliśmy od innych, których spotkaliśmy w życiu” [Sztompka 2016, s. 334].

W procesie powstania tożsamości społecznej jednym z zasadniczych czynników jest świadomość istnienia w najbliższym otoczeniu wspólnego dziedzictwa materialnego i duchowego [Czerny 2005, s. 223]. Wpływ kultury określonej przestrzeni decyduje o tożsamości kulturowej, która w raz z indywidualnością cech kształtuje tożsamość lokalną i sprawia, że jednostka utożsamia się z tym miejscem. Kultura pełni funkcję integrującą, a jej unikatowy charakter w danym miejscu może być wyróżnikiem określającym przewagę konkurencyjną.

Jednym z kluczowych elementów budujących tożsamość miejsca jest koncepcja tzw. *genius loci* (duch miejsca). Stanowi on zespół lub ogół elementów materialnych (krajobraz, budynki, przedmioty), niematerialnych (wspomnień, przekazów ustnych, dokumentów pisanych, rytuałów, umiejętności), wszelkich walorów fizycznych i duchowych, które nadają sens emocjonalny miejscu [Wiśniewska 2012, s. 77; Berbeka 2018, s. 57]. Koncepcja ta jest dość nieprecyzyjna, ale zwraca uwagę na związek między cechami miejsca i sposobami ludzkiego zachowania [Mikułowski Pomorski, 2011]. Na popularności zyskuje również pojęcie miejskiego czy regionalnego DNA, które na wzór DNA biologicznego jest gwarantem tożsamości miejsca, mimo różnych przemian, jakim to miejsce podlega [Silva 2004; Lewicka 2012].

Tożsamość lokalna jest pierwszym elementem w wielowarstwowym układzie, na nią nakładają się jeszcze inne typy tożsamości, m.in. narodowa, europejska i globalna [Lewandowska 2004, s. 10]. Tożsamość lokalna powinna charakteryzować się trwałymi elementami, dzięki czemu może sprzyjać wyróżnieniu regionu i podtrzymaniu cech regionalnych i unikatowych.

Tożsamość lokalna a partycypacja lokalna

Badacze zajmujący się budowaniem kapitału społecznego podkreślają znaczenie więzi społecznych na poziomie lokalnym i regionalnym [Sztompka 2016; Walczak-Duraj 2011; Weryński 2008]. Bez aktywnych obywateli nie może rozwijać się społeczeństwo obywatelskie. Obok wspierania istniejących organizacji ważna jest mobilizacja i aktywizacja lokalnych społeczności. Wspieranie i aktywizacja społeczności lokalnych są ważne aby nie zaprzepaścić tego, co stanowi o oryginalności i wyjątkowości lokalnych społeczności i tradycji. Jak stwierdza Anna Kłoczko-Gajewska [2016, s. 12]: „w przeciwieństwie do kapitału fizycznego zarówno kapitał ludzki, jak i społeczny rozwijają się wtedy, gdy są używane”. Partycypacja społeczna mieszkańców w działaniach na rzecz rozwoju lokalnego jest podstawą samorządności lokalnej. Inicjatywa oddolna pozwala na wyeksponowanie zasobów, które mogą być wyjątkowe w porównaniu z innymi regionami.

Partycypację obywatelską można zdefiniować jako zdolność do generowania działań lokalnych, które prowadzą do realizacji potrzeb i interesów społeczności [Weryński 2008, s. 183]. Aktywny udział lokalnych społeczności w tworzeniu tożsamości miejsca zwiększa ich świadomość i wiedzę o dziedzictwie kulturowym własnego regionu. Społeczność lokalna staje się współ-narratorem dziedzictwa kulturowego. Poprzez uświadomienie mieszkańcom ich relacji do dziedzictwa jako jego prawowitych depozytariuszy i głównych użytkowników wzmocniona zostaje ich tożsamość jako mieszkańców konkretnego miejsca [Mikos von Rohrscheidt 2020]. Zwiększa się ich szacunek i poczucie dumy z regionu, w którym mieszkają, pojawiają się nowe formy kulturalnej aktywności, wzmocnieniu ulegają lokalne więzi społeczne. Przekłada się to również na stosunek do przyjeżdżających turystów. Mieszkańcy mają możliwość bezpośredniego kontaktu z turystami, nawiązania z nimi dialogu i osobistych znajomości. Pojawia się zaciekawienie sposobem życia i spędzania wolnego czasu przez przedstawicieli innych kultur, co pozytywnie wpływa na otwartość i tolerancyjność społeczności lokalnej wobec przyjezdnych. Z punktu widzenia turysty,

aktywny udział mieszkańców zwiększa poczucie autentyzmu kulturowego odwiedzanych regionów.

Działania podejmowane na rzecz aktywizowania społeczności lokalnych mają długą historię i bogatą literaturę przedmiotu [szerzej: Mularska 2008]. Szczególną rolę odgrywają w nich działania na terenach wiejskich. Tradycyjne społeczności wiejskie wyróżniają się silnymi więziami i silnym poczuciem przynależności do grupy, tzw. wspólnotowością. Wpływ na tą cechę ma pierwotny typ stosunków nieformalnych, więzi rodzinne i sąsiedzkie [Toennies 1998]. Mieszkańcy obszarów wiejskich kultywują zwykle tradycyjne wartości i chronią dziedzictwo kulturowe [Spsychalski 2010, s. 44]. Jednocześnie obszary wiejskie poprzez swoją przyrodę, architekturę i cechy poszukiwane przez turystów charakteryzują się wysokim poziomem atrakcyjności turystycznej. W artykule przedstawione zostaną wyniki badań przeprowadzonych na przykładzie województwa podkarpackiego.

Zakres przestrzenny badań

W regionie bieszczadzkim występują bogate walory turystyczne, do których należą niepowtarzalne w skali kraju urozmaicenie terenu, piękno krajobrazu, zabytki historyczne oraz bogactwo kulturowe. Atutem regionu jest urok dziewiczej przyrody, urzekający zabytkami przeszłości i bogatą kulturą dawnego pogranicza. Jak stwierdzają Wiesława Kuźniar i Marta Kawa [2008, s. 67], produkt turystyczny kreowany przez bieszczadzkie gminy ma za zadanie pozostawić w pamięci turysty odczucie unikalności, dostarczając mu przy tym wrażeń i atrakcji.

O atrakcyjności obszaru turystycznego decyduje też pewien poziom inscenizacji w kształtowaniu krajobrazu urlopowego, w celu podkreślenia kontrastu do świata pracy i codzienności. Jak wynika z badań, turyści przyjeżdżający w Bieszczady cenią sobie także niematerialne aspekty miejscowości turystycznej, do których należą przychylność i gościnność mieszkańców, a także rodzinna atmosfera [Kuźniar, Kawa 2008, s. 69].

Biorąc pod uwagę uwarunkowania społeczne województwa podkarpackiego, badania socjologiczne wskazują, że społeczeństwo tego regionu jest niezamożne, wiejskie, religijne z małymi enklawami mniejszości narodowych i religijnych. W tej strukturze tkwi siła i słabość społeczeństwa południowo-wschodniej Polski [Makiela, Rejman 2010]. Cechą charakterystyczną są silne więzy rodzinne i silna pozycja rodziny w strukturze społecznej, która ukształtowała się w wyniku działania czynników historycznych, w tym wyjazdów emigracyjnych i pomocy ekonomicznej

członków rodzin, którzy wyjechali za granicę. Tym sposobem silne więzi rodzinne stały się czynnikiem indywidualnego sukcesu ekonomicznego [Jestal 2008; Makiela Rejman 2010].

Zróznicowanie zasobów gmin województwa podkarpackiego zależy od tradycji kulturowej poszczególnych układów lokalnych, które sięgają wcześniejszych lat związanych z samoorganizacją społeczności wiejskiej. Jak wykazała Monika Borowiec [2010], w regionie podkarpackim tradycje historyczne wpłynęły w większym stopniu na obecne zasoby, niż współczesny poziom rozwoju. Wynika to z faktu, że na terenie byłego zaboru austriackiego, w przeciwieństwie do innych zaborów, był położony nacisk na poziom wykształcenia i samoorganizację ludności wiejskiej. Tradycja kulturowa samoorganizowania się społeczności jest zatem ważnym czynnikiem wpływającym na obecne zasoby gmin. Jak zauważa Sylwia Michalska [2008, s. 127], masowe przesiedlenia ludności po drugiej wojnie światowej, sposób przeprowadzenia reformy rolnej, pozbawienie rolników rzeczywistej reprezentacji politycznej są powodem obniżenia poziomu zaufania wśród mieszkańców wsi, ale z drugiej strony to właśnie w społecznościach wiejskich istniała tradycja pomocy sąsiedzkiej, wspólnych działań na rzecz własnej wsi czy gminy oraz silne więzi rodzinne. Na wsi zauważa się, większe niż w miastach łączenie swojego losu z konkretną społecznością. Społeczeństwo województwa podkarpackiego wykazuje cechy społeczeństwa tradycyjnego, co poprzez wpływ na niematerialne elementy produktu turystycznego, może być cechą wyróżniającą i wpływającą na chęć poznania regionu przez potencjalnych turystów. Jednocześnie, jak wskazują Zbigniew Makiela i Krzysztof Rejman [2010], w regionie Podkarpacia coraz częściej zauważyć można zjawiska indywidualnych inicjatyw gospodarczych i społecznych. Do tego typu inicjatyw zaliczyć można projekt „Cichy Memoriał”.

Metodyka badania

W celu przedstawienia roli inicjatywy społecznej w kształtowaniu tożsamości miejsca poprzez procesy partycypacji społecznej zastosowano jakościową metodę zbierania danych. Ze względu na obecną (w czasie pisania artykułu) w Polsce sytuację związaną z pandemią Covid-19, jako metodę, która umożliwiła najefektywniejszą realizację celu badań, autorki wybrały metodę wywiadu telefonicznego. Zastosowano celowy dobór próby, respondentami badania byli: inicjator i twórca projektu „Cichy Memoriał” Arkadiusz Andrejkow oraz 11 uczestników projektu, mieszkańców

województwa podkarpackiego. Badanie przeprowadzono w okresie grudzień 2021 – styczeń 2022.

„Cichy Memoriał” to projekt z 2017 roku autorstwa Arkadiusza Andrejkowa, sfinansowany ze stypendium Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego. Pomysł zrodził się podczas wędrówek po Podkarpaciu, kiedy autor dostrzegł malarski potencjał w starych stodołach i szopach, które postanowił wykorzystać w swojej twórczości. Celem projektu było przybliżenie losów przeciętnych ludzi, mieszkańców bieszczadzskich wsi i uhonorowanie ich poprzez stworzenie im „graficznego” pomnika” na deskach prywatnych, wiejskich zabudowań gospodarczych. Mur i ściana od dawna stanowią przestrzeń „miejsc pamięci” rozumianych jako pewna reprezentacja przeszłości przede wszystkim w zakresie kulturowym.

Wykorzystane w przestrzeni publicznej tworzą współcześnie swoiste galerie sztuki ulicznej (*street art*). W przypadku omawianego projektu to nie mur, ale drewniane stodoły, jako nieodzowny element krajobrazu polskich wsi, stały się dzięki artyście wiejską, plenerową galerią sztuki, a eksponowane na nich dzieła opowiadają historię danej wsi i żyjących w niej przed laty ludzi [tygodniksanocki.pl/2017/07/11/arkadiusz-andrejkow-stypendysta-ministerstwa-kultury-i-dziedzictwa-narodowego/, 26.01.2022]. Z tego powodu prace powstałe w ramach „Cichego Memoriału” zostały nazwane *deskalami*.

Drewno, materiał nietrwały często starzeje się wraz z obrazem, który na nim powstał przez co stworzone dzieło jest zamazane, a z czasem trudne do odczytu. Dodatkowo prace w większości powstają nie jak ma to miejsce w przypadku murali w przestrzeniach publicznych, ale w zamkniętych przestrzeniach prywatnych, do których dostęp jest często utrudniony. Podczas realizacji projektu autor wykorzystywał stare fotografie rodzinne pochodzące ze zbiorów prywatnych mieszkańców miejscowości, w których powstawały prace. Założeniem projektu było, aby fotografia pochodziła z miejscowości, w której przebiega realizacja.

Każda z prac powstawała w jeden dzień. Obraz był przenoszony na ścianę metodą siatki kwadratów, w niektórych przypadkach za pomocą rzutnika cyfrowego, a wysokość ścian wynosiła w okolicach 4-8 metrów, autor wykorzystał specjalistyczne farby w sprayu przystosowane do malowania ścian zewnętrznych oraz farb fasadowych. Projekt wykonano zgodnie z techniką pozwalającą pozostawić jak najwięcej surowości ściany, obrazy miały bowiem nie ingerować za bardzo w budynek oraz otoczenie, a surowe podłoże miało stanowić naturalne tło dla postaci, namalowanych w sposób

subtelny i częściowo transparentny, aby oddać klimat starej fotografii. Arkadiusz Andrejkow starał się uzyskać wrażenie „postaci wychodzących z budynku, tak jakby dawni członkowie rodziny byli tu od zawsze...” [andrejkw.pl/street-art-cichy-memorial/, 26.01.2022].

Obok drewnianych zabudowań i fotografii trzecią składową powstających *deskali* jest sama historia fotografii. Uczestniczący w projekcie mieszkańcy, przez cały czas, kiedy dzieło powstaje, podpatrują cały proces, wspominają postacie z fotografii, zgadują, w którym roku ona powstała. Historia fotografii ważna jest także dla twórcy projektu. Arkadiusz Andrejkow wykazuje zainteresowanie dopytując o malowane osoby, często prosi o spisanie opowieści o nich i ich przesłanie. Dopiero wtedy dzieło zostaje uznane za kompletne.

W okresie od kwietnia do listopada 2017 roku powstało 19 prac autora w 10 miejscowościach. Początkowo autor wykorzystywał media społecznościowe do zachęcania mieszkańców województwa podkarpackiego do udziału w swoim projekcie. Z czasem dzięki realizacji projektu Arkadiusz Andrejkow stał się artystą rozpoznawalnym i mieszkańcy sami zgłaszali się do niego z prośbą o realizację projektu w ich prywatnych przestrzeniach. Pomysł tak się spodobał, iż projekt jest kontynuowany i prace powstają również w innych regionach kraju, w Małopolsce, na Podlasiu, w Wielkopolsce, na Helu. Od 2017 roku powstało około stu prac autora. Projekt ma nawiązywać do przeszłości i stanowić część autentyczności dziedzictwa kulturowego regionu, być zwieńczeniem podkarpackiej tożsamości.

Powstałe *deskale* są nośnikami pamięci historycznej, poprzez nowoczesną formę autor pragnął zbudować most pomiędzy pokoleniami, pomiędzy tymi, którzy pamiętają, a młodymi i stać się wsparciem dla transmisji historii rodzinnych i tradycji. Dodatkowo obecne w prywatnych przestrzeniach wiejskich mają wskazywać na małe, lokalne, prywatne historie i stać się dowodem na to, że sztuka *street artu* może mieć swoje miejsce również poza granicami wielkich miast [Wilk 2017]. Na fotografiach 1, 2 i 3 przedstawiono przykłady prac wykonanych w ramach „Cichego Memoriału” wraz z fotografiami, na podstawie których zostały wykonane.



Ryc. 1. Myczkowce 2017

Źródło: andrejko.pl/street-art-cichy-memorial/, 26.01.2022



Ryc. 2. Komańcza 2017

Źródło: andrejko.pl/street-art-cichy-memorial/, 26.01.2022



Ryc. 3. Wolica Piaskowa 2017

Źródło: andrekow.pl/street-art-cichy-memorial/, 26.01.2022

Wyniki badań

Pierwsza część badania dotyczyła motywacji uczestnictwa w „Cichym Memoriale” (perspektywa twórcy i mieszkańców). Badani respondenci (mieszkańcy biorący udział w projekcie) wskazali na czynniki związane z estetyką i autentyzmem wykonanych prac (*ładne, minimalistyczne, prostota malunku, deskale są po prostu piękne!, autentyczne, wpisujące się w otoczenie, jakby były tu od zawsze, autentyczny, niepodważalny urok*) oraz z powrotem do korzeni i uhonorowaniem członków swoich rodzin (*lubię prace autora, przywracają wspomnienia, przywołują wspomnienia o bliskich, upamiętnienie ważnych dla mnie osób, upamiętnienie pamięci bliskich i rodziny, forma podziękowania najbliższym, utrwalenie w pamięci mamę męża, która była Wzorową gospodynią, pomyśleliśmy razem z żoną, że fajnie byłoby mieć i u siebie taką pamiątkę*).

Inicjator projektu wskazał dodatkowo na pobudki związane z modą (*inni mają, to ja też chcę*) oraz czynniki ekonomiczne tzn. fakt, iż autor nie pobierał za swoje prace opłat, a w zamian mieszkańcy oferowali produkty takie jak: jajka, miody, przetwory itp. bowiem pierwsze prace powstałe w ramach projektu były finansowane z ministerialnego stypendium (obecnie twórczość artysty ma charakter komercyjny, autor wycenia swoje dzieła i pobiera za nie opłatę).

W dalszej części badania zapytano respondentów o korzyści z udziału w „Cichym Memoriale”. Wszyscy badani mieszkańcy wskazali przede wszystkim, iż udział w projekcie umożliwił im uhonorowanie bliskich i stworzenie dla nich swego „pomnika pamięci” (100% odpowiedzi). Dodatkowo projekt uświadomił im, że są częścią regionu, w którym mieszkają i posiadają unikatowe dobro, które ktoś chce zobaczyć (10 odpowiedzi), dał im poczucie dumy z miejsca zamieszkania (9 odpowiedzi), zwiększył ich wiedzę na temat swojego regionu (np. poszukiwanie informacji na temat wykorzystanych fotografii - 8 odpowiedzi), połączył lokalnych mieszkańców i wpłynął na nawiązanie bliższych relacji z innymi uczestnikami projektu (8 odpowiedzi). Jak podkreślał Arkadiusz Andrejkow, w czasie powstawania dzieł mieszkańcy konkretnych miejscowości przychodzili je zobaczyć, uczestniczyli w powstawaniu prac, nawiązywali rozmowy, poznawali się nawzajem. Jak zadeklarowali respondenci, udział w projekcie zwiększył też ich zainteresowanie innymi kulturami (7 odpowiedzi).

Warto zauważyć, że na sukces „Cichego Memoriału” mają wpływ wskazane wcześniej cechy społeczności omawianego regionu, takie jak silne więzy rodzinne i ważna pozycja rodziny w strukturze społecznej oraz kultywowanie tradycyjnych wartości i ochrona dziedzictwa kulturowego. Jak podkreślali respondenci, przyjazd Arkadiusza Andrejkowa jest zazwyczaj dużym wydarzeniem dla gospodarzy, którzy są często początkowo zdenerwowani, ale niezwykle pomocni i zaangażowani w tworzenie dzieła. Artysta nie uwiecznia znanych postaci, bohaterów narodowych, ale normalnych, zwykłych ludzi, którzy mieszkali w tym regionie upamiętniając prawdziwe życie podkarpackiej wsi i jej mieszkańców. Jak podkreślali badani mieszkańcy, uczestnicy projektu - historia lokalna jest dla nich bardzo ważna i cieszy ich to, że ktoś ją upamiętnia (*wziąłem udział w projekcie, bo kocham podtrzymywanie tradycji regionu poprzez historię*).

Analiza wyników badań pozwala wyciągnąć wnioski dotyczące wzmocnienia tożsamości lokalnej ludności jako mieszkańców konkretnego miejsca, zwiększenia ich indywidualnego kapitału kulturowego oraz poprzez integrację społeczną członków społeczności lokalnej – zwiększenia kapitału społecznego.

W zakresie możliwości wykorzystania projektu dla podniesienia atrakcyjności turystycznej regionu mieszkańcy mają świadomość posiadania unikatowego dobra, który stał się produktem turystycznym regionu choć nie spodziewali się aż tak dużego zainteresowania nim ze strony turystów. Respondenci zapytani o to czy udział

w projekcie „Cichy Memoriał” zmienił ich podejście do rozwoju turystyki w regionie w większości (8 odpowiedzi) stwierdzili, że tak i jest to zmiana pozytywna, pozostałe osoby wskazały, że ich podejście się nie zmieniło.

Ciekawym spostrzeżeniem twórcy projektu było wskazanie cech osób, które uczestniczyły w projekcie: zazwyczaj były to osoby z ciekawą rodzinną historią, życzliwe, gościnne, otwarte, które chętnie dzielą się informacją o swojej historii z turystami przyjeżdżającymi zobaczyć *deskale*. Świadomość posiadania unikatowego dobra przez mieszkańców i deklarowana chęć dzielenia się informacją o posiadanym dziedzictwie kulturowym z turystami daje szansę na zwiększenie atrakcyjności turystycznej omawianego regionu.

Arkadiusz Andrejkow do projektu zaprasza zwykłych ludzi, żyjących potomków malowanych postaci, prawdziwych świadków, żywych nosicieli dziedzictwa, którzy poprzez wspomnienia i opowieści nadają mu personalną perspektywę. Dzięki temu, dzieła artysty gwarantują ciągłość miejsca, która, jak wcześniej wspomniano, jest czynnikiem silnie wpływającym na jego tożsamość i doświadczenie. Powstałe prace jako unikatowy produkt turystyczny, wywołujący silne emocje i na długo pozostający w pamięci jest odpowiedzią na poszukiwanie przez turystów autentycznych doświadczeń.

Należy podkreślić, iż wszyscy badani respondenci wskazali, iż turyści odwiedzający ich prywatne przestrzenie, w których powstały *deskale* nie przechodzą obok nich obojętnie uwieczniając je jedynie na zdjęciach, ale są szczerze zainteresowani poznaniem ich historii. Dzięki temu, że „Cichy Memoriał” jest - jak go określił jego twórca - projektem „żywym”, i przyjeżdżający do regionu turyści mogą porozmawiać z gospodarzami i poznać historię danego dzieła ułatwiony jest proces interpretacji treści komunikatu przekazanego za pośrednictwem obrazu umieszczonego na *deskalu*. Mamy tu do czynienia ze wspomnianym wcześniej bezpośrednim, procesowym modelem uwierzytelnienia przekazu dotyczącego posiadanego dziedzictwa kulturowego.

Turysta oprócz walorów wizualnych, poprzez opowiadanie historii zyskuje dodatkową wiedzę, „zagłębia się” w odwiedzanej społeczności, poprzez autentyczność miejsca, ludzi i wydarzeń, w których uczestniczy, staje się niejako częścią tego miejsca. Należy również zauważyć, że im większe zaangażowanie turysty oraz silniejszy jego

kontakt z otoczeniem, tym większa szansa na gorącą autentyczność¹ jego doświadczeń, która wiąże się z doznaniem turysty, polegającym na odkrywaniu siebie samego, najczęściej właśnie poprzez bliski kontakt z lokalnymi mieszkańcami odwiedzanych regionów (subiektywna ocena autentyczności, ogromna rola emocji). Wspomniana gorąca autentyczność przenosi punkt ciężkości z obiektów i wydarzeń na doświadczenia turystów. W przypadku tego rodzaju autentyczności, turysta pragnie współuczestniczyć w rzeczywistości, która nie została sztucznie zaaranżowana na jego potrzeby. Chce wierzyć, że rzeczywistość, którą zastał była taka sama w przeszłości, zanim do niej przyjechał i taka pozostanie w przyszłości, gdy z niej wyjedzie [Markiewicz 2015]. Ma to odniesienie do wspomnianego wcześniej pojęcia rzeczywistej tożsamości miejsca oraz poszanowania autentyczności kulturowego. Wskazuje to na ogromną rolę społeczności lokalnych jako współ-narratorów dziedzictwa kulturowego, którego mieszkańcy stają się ambasadorami.

Pomimo, iż badani nie spodziewali się tak dużego zainteresowania projektem ze strony turystów nie żałują swojej decyzji związanej z udziałem w nim (100% odpowiedzi), a wręcz deklarują, iż powstałe dzieła są dla nich „świętością”. Jeden z respondentów stwierdził: *Jestem wciąż pod głębokim wrażeniem stworzonego u nas deskalu, jego autentyczny i niepodważalny urok jest umileniem każdej chwili, kiedy odwracam wzrok w jego stronę.*

Mieszkańcy często obok drewnianych zabudowań, na których powstał *deskal* stawiają ławeczki, pniaki, sadzą kwiaty. Zdarzają się również przypadki, gdy mieszkańcy wzbogacają ścianę zabudowania, na której powstało dzieło, montując na niej np. drewniane półki czy stare drewniane drzwi. Przykładem jest *deskal* w Woli Jasienickiej, gdzie jego właścicielka uzupełniła go o drzwi i okno oraz dostawiła schodki stwarzając wrażenie rzeczywistego wejścia do domu [Andrejkow 2021]. Respondenci deklarowali również chęć posiadania kolejnej pracy Arkadiusza Andrejkowa na swojej prywatnej przestrzeni.

Z punktu widzenia marketingu terytorialnego ważna jest identyfikacja zasobów dziedzictwa kulturowego regionu, identyfikacja grup odbiorców (w tym turystów) oraz określenie i wybór metod i rodzaju działań marketingowych. Równie ważne jest określenie podmiotów biorących udział w promowaniu zasobów dziedzictwa kulturowego, w tym inicjatorów inicjatyw społecznych. Projekt „Cichy Memoriał”

¹ Tom Selwyn wyróżnia dwa rodzaje autentyczności: zimną i gorącą [więcej: Selwyn 1996].

stanowiąc powinien jeden z zasobów dziedzictwa kulturowego Podkarpacia, a twórca projektu powinien być aktywnym podmiotem w jego promowaniu.

W badaniu zapytano artystę o jego współpracę w tym zakresie z przedstawicielami odpowiedzialnymi za rozwój turystyki w regionie. Arkadiusz Andrejkow wskazał, iż projekt jest w regionie znany, ale promowany głównie przez blogerów. Przykładowo, „Cichy Memoriał” pojawia się w filmie promującym Podkarpacie w ramach turystycznych mistrzostw blogerów 2020 organizowanych przez POT. Jak mówi artysta: *najwięcej dzieje się na portalach społecznościowych*, gdzie powstała np. stale aktualizowana internetowa mapa *deskali* stworzona przez jednego z fanów. Inicjator projektu, wykorzystując osobiste media społecznościowe, stara się dotrzeć z projektem do jak największej liczby osób, aby zachęcić je do odwiedzenia regionu i zobaczenia jego prac.

Aby zobaczyć dzieła artysty powstałe w ramach projektu nie trzeba zakupuć biletu wstępu, jedynie pojedynczy uczestnicy prowadzą księgi wpisów odwiedzających, trudno jest więc precyzyjnie określić liczbę osób, które przybyły na Podkarpacie i zobaczyły powstałe prace. O zainteresowaniu projektem mogą świadczyć jedynie statystyki: liczba obserwujących profil artysty na facebooku (33 tys.), liczba wyświetleń internetowej mapy projektu (ponad 78 tys.), jeden post na profilu facebook z podsumowaniem działalności w roku 2020 wywołał reakcję blisko 5 tys. osób, został udostępniony prawie 3 400 razy i skomentowany prawie 400 razy [andrejkw.pl/street-art-cichy-memorial/, 26.01.2022; www.facebook.com/andrejkwarkadiusz, 26.01.2022]. Według informacji uzyskanych od artysty zdjęcia opublikowane przez niego w Google zostały wyświetlone 150 tys. razy. Sam Arkadiusz Andrejkow otrzymał w roku 2020 tytuł Nieprzeciętnego w plebiscycie Polskiego Radia Czwórka [www.polskieradio.pl/10/8672,Nieprzecietni-2020, 26.01.2022].

Należy zauważyć, iż władarze województwa podkarpackiego zdają sobie sprawę z możliwości pozyskania do współpracy w ramach promowania dziedzictwa kulturowego różnych grup interesariuszy (lokalnych mieszkańców, inicjatorów społecznych) posiadających w tym zakresie istotny potencjał. Inicjator omawianego projektu, dostał bowiem zaproszenie do uczestnictwa w marcu 2022 roku w Expo w Dubaju. Arkadiusz Andrejkow ma wystąpić w roli ambasadora instalacji tematycznych o Podkarpaciu, gdzie zostanie oficjalnie zaprezentowany jego obraz na *deskalu*, „Podkarpacki Deskal Łukasiewicza”, ukazujący Ignacego Łukasiewicza

(głównego ambasadora i przewodnika po wystawie Podkarpacia w Pawilonie Polskim na Expo) [podkarpacie.eu/biznes/ambasadorzy-podkarpackiego-na-expo/, 26.01.2022]. Podczas wydarzenia w Dubaju, województwo podkarpackie w ramach kampanii promocyjnej, której przyświeca hasło: „Podkarpackie z natury kreatywne” zaprezentuje trzy obszary tematyczne, wśród których znajdują się zasoby naturalne, zrównoważony rozwój, natura, kultura, tradycja i kreatywność oraz gospodarka, nauka i technika. Pawilon polski zostanie wybudowany z drewna, a prezentowany obraz namalowany na deskach (przypominających ścianę stodoły) idealnie ma wpisać się w przekaz Podkarpacia.

Jak wcześniej wspomniano, zasadniczym sposobem budowania na poziomie regionalnym kapitału społecznego jest skoncentrowanie się przez władzę samorządową na procesie wykształcania i/bądź podtrzymywania tożsamości wspólnot lokalnych regionu co sprzyja podtrzymaniu regionalnych tradycji i zwyczajów i ma wpływ na zachowanie kultury będącej elementem atrakcyjności turystycznej. Efektem omawianej inicjatywy społecznej dla regionu jest oryginalny, spójny z przestrzenią i regionem oraz wyróżniający się na tle konkurencyjnych regionów, zasób kulturowy. Poprzez wykorzystanie potencjału jaki tworzy tożsamość lokalna i partycypacja społeczna mieszkańców województwa podkarpackiego jest więc dziedzictwo kulturowe.

Wnioski – możliwości i skutki projektu dla kształtowania atrakcyjności turystycznej

Sednem tożsamości terytorialnej jest związek emocjonalny mieszkańców z ich okolicą [Łukowski 2002, s. 82-83]. Zaprezentowany przykład, którym jest projekt „Cichy Memoriał” potwierdza, że tożsamość lokalna sprzyja podtrzymaniu regionalnych tradycji i zwyczajów, przez co może mieć znaczny wpływ na zachowanie kultury będącej elementem atrakcyjności turystycznej.

Podsumowując można wskazać na skutki, jakie opisana inicjatywa wywołała w odniesieniu do różnych grup odbiorców. Dla mieszkańców poszczególnych miejscowości, w których powstały *deskale* takimi skutkami są: wzmocnienie poczucia dumy z regionu, poszerzenie wiedzy oraz wzrost poszanowania dóbr kulturowych regionu zamieszkania. Można zatem stwierdzić, że udział w projekcie umożliwił wzmocnienie tożsamości lokalnej ludności jako mieszkańców konkretnego miejsca.

Jak stwierdza Piotr Weryński [2008], społeczność lokalna powinna posiadać umiejętność uczenia się na podstawie posiadanych doświadczeń, adaptowania swoich strategii rozwojowych do zmieniających się warunków zewnętrznych i tradycji lokalnych. Zaprezentowana inicjatywa spowodowała integrację społeczną członków społeczności lokalnej, czyli zwiększenie kapitału społecznego.

Można zgodzić się z opinią, że grupy gorzej wyposażone w kapitał społeczny to często nie tyle grupy wyzbyte z tradycji, co pozbawione mechanizmów jej zachowywania [Bratkowski 2003, s. 48; Theiss 2012, s. 111]. „Cichy Memoriał” spowodował zwiększenie świadomości powiązań między elementami lokalnych ekosystemów. Mieszkańcy, którzy wzięli w nim udział przyjęli rolę współnarratorów i ambasadorów dziedzictwa kulturowego regionu. Dzięki temu działaniu mieszkańcy biorą udział w kreowaniu produktu turystycznego, a turyści mogą wejść w bezpośredni kontakt z osobami zaangażowanymi w historię i kulturę regionu. Można sądzić, że udział w działaniach wspierających dziedzictwo kulturowe regionu może być też związany ze wzrostem zainteresowania innymi kulturami, postawami otwartości i tolerancji oraz wzrostem pozytywnego nastawienia gospodarzy do rozwoju turystyki.

Z punktu widzenia turystów zaprezentowany projekt umożliwił doświadczanie rzeczywistego dziedzictwa kulturowego (autentyzm kulturowy) poprzez bezpośredni, procesowy model uwierzytelnienia przekazu dotyczącego posiadanego dziedzictwa kulturowego. Wejście turystów w kontakt z gospodarzami może skutkować wzrostem zainteresowania innymi kulturami, otwartością i tolerancją, a także poczuciem bezpieczeństwa wobec pozytywnych postaw lokalnej ludności.

Zgodnie z koncepcją marketingu terytorialnego, kolejną grupą „odbiorców” działań są władze lokalne [Niezgoda 2006]. Dla tej grupy skutki projektu „Cichy Memoriał” wpisują się w konstrukt *genius loci* oraz tzw. DNA regionu.

Biorąc pod uwagę możliwości marketingowe, jakie przyniósł projekt „Cichy Memoriał” dla władz lokalnych, można zauważyć, że nastąpiło zwiększenie zakresu nośników, za pomocą których następuje przekaz o dziedzictwie kulturowym regionu (prywatne przestrzenie mieszkańców). Region może się wyróżnić, przez co staje się bardziej atrakcyjny dla turystów.

Powstałe w ramach projektu *deskale* są oryginalnym elementem produktu turystycznego: autentycznym, spójnym z przestrzenią i obszarem, w którym powstał projekt, wyróżniającym się na tle konkurencyjnych regionów. Dzięki projektowi mogła

nastąpić intensyfikacja i personalizacja relacji mieszkańców lokalnych i inicjatorów społecznych z dziedzictwem kulturowym, a władze lokalne pozyskały do współpracy w ramach promowania dziedzictwa kulturowego te nowe grupy interesariuszy.

Jednocześnie można zauważyć, że współcześnie, w przeciwieństwie do okresu panowania komunizmu w Europie, rozumie się rolę, jaką odgrywa tożsamość regionalna przy utrzymaniu wysokiej aktywności obywatelskiej i zaangażowania w sprawy społeczne [Zarycki 2008]. Zauważa się wagę lokalnych produktów, które w pewnych przypadkach, są jedyną szansą na rozwój i wyróżnienie danego regionu. Szczególne znaczenie ma ten proces w turystyce, gdzie cechy charakterystyczne regionu stanowią źródło przewagi konkurencyjnej w stosunku do innych regionów odwiedzanych (wybieranych) przez turystów. Produkty lokalne są sposobem na ożywienie gospodarcze terenów wiejskich i poprawę ich atrakcyjności. Szczególną rolę te procesy odgrywają w kształtowaniu oferty turystycznej w ramach turystyki kulturowej, ponieważ każdy region posiada pewien symboliczny obraz (wizerunek). Często to właśnie spuścizna pozostawiona przez przodków decyduje o charakterze danego miejsca i jego popularności. Takie działania, jak przedstawione w artykule mogą być podstawą narzędzi z zakresu marketingu terytorialnego skierowanych zarówno do odbiorców wewnętrznych (mieszkańcy regionu), jak też odbiorców zewnętrznych (turyści).

Bibliografia

- Altkorn J., 2002, *Kształtowanie rynkowego wizerunku firmy*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków
- Andrejkow A., 2021, *Cichy memoriał*, Wydawnictwo Libra PL, Rzeszów
- Beatley T., 2004, *Native to nowhere. Sustaining home and community in a global age.*, Island Press, Washington
- Berbeka J., 2018, *Rola wielkich wydarzeń w kształtowaniu wizerunku miasta*, [w:] A. Niemczyk, R. Seweryn (red.), *Wizerunek miasta w aspekcie wielkich wydarzeń religijnych*, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa, s. 55-66
- Borowiec M., 2010, *Kapitał ludzki w procesie rozwoju obszarów wiejskich województwa podkarpackiego*, [w:] W. Kamińska, K. Heffner (red.), *Kapitał ludzki i społeczny w procesie rozwoju obszarów wiejskich*, Polska Akademia Nauk, Komitet Przestrzennego Zagospodarowania Kraju, Studia, T5m CXXVI, s. 181 – 203
- Bratkowski J., 2003, *Tradycja i polityka. Wpływ tradycji kulturowych polskich regionów na współczesne zachowania społeczne i polityczne*, Wydawnictwo Akademickie „Żak”, Warszawa
- Czerny M., 2005, *Globalizacja a rozwój. Wybrane zagadnienia geografii społeczno – gospodarczej świata*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa

- Figiel A., 2015, *Teoretyczne aspekty zarządzania reputacją jednostki osadniczej*, [w:] A. Szromnik (red.), *Marketing terytorialny. Nowe obszary i narzędzia*, Edu- Libri, Kraków – Legionowo, s. 11-31
- Florek M., 2014, *Kapitał marki miasta zorientowany na konsumenta. Źródła i pomiar*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, Poznań
- Gajowiak M., 2012, *Kapitał społeczny. Przypadek Polski*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa
- Glińska E., *Wyróżniki tożsamości miast podlaskich w opinii ich lokalnych liderów*, [w:] G. Rosa, A. Smalec (red.), *Marketing przyszłości. Trendy, strategie, instrumenty*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, nr 709, s. 267 – 284
- Grizel W., 2015, *Marka jako instrument marketingu terytorialnego*, [w:] A. Szromnik (red.), *Marketing terytorialny. Nowe obszary i narzędzia*, Edu- Libri, Kraków – Legionowo, s. 32-55
- Hayden D., 1997, *The power of place. Urban landscapes as public history*. MA: MIT Press, Cambridge
- Jałowiecki B., Szczepański M., Gorzelak G., 2007, *Rozwój lokalny i regionalny w perspektywie socjologicznej*, Śląskie Wydawnictwo Naukowe, Tychy
- Jestal J., 2008, *Spółczesność Podkarpacia z perspektywy teorii kapitału społecznego R. Putmana*, [w:] M. Malinowski (red.), *Spółczesność Podkarpacia w badaniach rzeszowskiego ośrodka socjologicznego*, Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów
- Klage J.P., 1991, *Corporate Identity im Kreditwesen*, Deutscher Universitat Verlag, Wiesbaden
- Kłoczko-Gajewska A., 2016, *Kapitał społeczny a efekty gospodarowania rodzinnym gospodarstwem rolnym*, Wydawnictwo SGGW, Warszawa
- Kuźniar W., Kawa A., 2008, *Rola aktywności władz samorządowych w kształtowaniu wizerunku turystycznego jednostki terytorialnej (na przykładzie powiatu bieszczadzkiego)*, [w:] M. Florek, K. Janiszewska (red.), *Marketing terytorialny. Studia przypadków*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań, s. 67-75
- Lewandowska I., 2004, *Co to jest świadomość i tożsamość regionalna?* „Puls Regionu”, nr 55, s. 10
- Lewicka M., 2012, *Psychologia miejsca*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa
- Łukowski W., 2002, *Spółeczne tworzenie ojczyzn*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa
- Makiela Z., Rejman K., 2010, *Kapitał ludzki i społeczny a rozwój społeczny na obszarach wiejskich woj. Podkarpackiego*, [w:] W. Kamińska, K. Heffner (red.), *Kapitał ludzki i społeczny w procesie rozwoju obszarów wiejskich*, Polska Akademia Nauk, Komitet Przestrzennego Zagospodarowania Kraju, Studia, Tom CXXVI, s. 101-119
- Markiewicz E., 2015, *W poszukiwaniu autentyczności doświadczeń turysty. Rola konsumpcji kolaboratywnej w kreowaniu autentycznych doświadczeń na rynku turystycznym. Zarys problematyki*, „Kultura -Historia -Globalizacja”, nr 17, s. 109-121
- Michalska S., 2008, *Aktywność społeczna i postawy obywatelskie mieszkańców wsi a rodzaje ich życiowych orientacji*, [w:] H. Podedworna, P. Ruskowski (red.) *Spółeczne aspekty zrównoważonego rozwoju wsi w Polsce. Partycypacja lokalna i kapitał społeczny*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa, s. 123-142
- Mikos von Rohrscheidt A., 2020, *Konteksty i uwarunkowania zarządzania interpretacją dziedzictwa w turystyce kulturowej*, „Turystyka Kulturowa”, nr 3 (114), s. 41-102
- Mikułowski Pomorski J., 2011, *Miasto twórcze w trzech różnych ujęciach a posiadanie przestrzeni publicznej* [w:] *Twórcze miejsca, twórczy ludzie. Akademia „genius loci” w*

- przestrzeni dziedzictwa wilanowskiego*, A. Surdej (red.), Wydawnictwo Muzeum Pałac w Wilanowie, Warszawa, s. 25-51
- Mularska M., 2008, Czy można zmienić wieś bez udziału jej mieszkańców? O znaczeniu podmiotowości dla koncepcji zrównoważonego rozwoju, [w:] H. Podedworna, P. Ruszkowski (red.) *Spoleczne aspekty zrównoważonego rozwoju wsi w Polsce. Partycypacja lokalna i kapitał społeczny*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa, s. 220-232
- Niezgoda A., 2006, *Obszar recepcji turystycznej w warunkach rozwoju zrównoważonego*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań
- Selwyn T., 1996, *The Tourist Image: Myths and myth making in tourism*, Wiley, Chichester
- Silva E. A., 2004, *The DNA of our regions: Artificial intelligence in regional planning*, „Futures”, nr 36, s. 1077–1094
- Spychalski G., 2010, *Implikacje światowego kryzysu gospodarczego dla procesów rozwoju kapitału ludzkiego i społecznego obszarów wiejskich*, [w:] W. Kamińska, K. Heffner (red.), *Kapitał ludzki i społeczny w procesie rozwoju obszarów wiejskich*, Polska Akademia Nauk, Komitet Przestrzennego Zagospodarowania Kraju, Studia, Tom CXXVI, s. 29-48
- Sztompka P., 2016, *Kapitał społeczny. Teoria przestrzeni międzyludzkiej*, Wydawnictwo „Znak”, Kraków
- Theiss M., 2012, *Krewni - Znajomi – Obywatele. Kapitał społeczny a lokalna polityka społeczna*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń
- Toennies F., 1998, *Wspólnota i stowarzyszenie*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa
- Walczak – Duraj D., 2011, *Polityczny kontekst tworzenia kapitału społecznego na poziomie regionalnym*, [w:] F. Byłok, A. Czarnecka (red.), *Kapitał społeczny w organizacji i regionie*, Wydawnictwo Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa, s. 156 – 169
- Weryński P., 2008, *Typologia uczestnictwa obywatelskiego polskich liderów lokalnych* [w:] H. Podedworna, P. Ruszkowski (red.) *Spoleczne aspekty zrównoważonego rozwoju wsi w Polsce. Partycypacja lokalna i kapitał społeczny*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa, s. 177-192
- Wilk E., 2017, *Arkadiusz Andrejkow stypendystą Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego*, „Tygodnik Sanocki”, 11 lipca 2017
- Wiśniewska W., 2012, *Krajobraz miejski. Odnowa i kreacja w procesie odnowy*, Wydawnictwo Politechniki Łódzkiej, Łódź
- Zarycki, T., 2008, *Wybrane dylematy budowy tożsamości regionalnej*, [w:] A. Kasińska-Metryka, R. Miernik (red.), *Tożsamość województwa świętokrzyskiego w kontekście kraju i Unii Europejskiej*, Wydawnictwo Unikat 2, Kielce-Katowice, s. 37-47

Netografia

- <https://andrejkow.pl/street-art-cichy-memorial/> [26.01.2022]
- <https://krainabugu.pl/cichy-memorial-czyli-historia-ze-stodoly/> [26.01.2022]
- <https://podkarpackie.eu/biznes/ambasadorzy-podkarpackiego-na-expo/> [26.01.2022]
- <https://tygodniksanocki.pl/2017/07/11/arkadiusz-andrejkow-stypendysta-ministerstwa-kultury-i-dziedzictwa-narodowego/> [26.01.2022]
- www.facebook.com/andrejkowarkadiusz [26.01.2022]
- www.polskieradio.pl/10/8672,Nieprzecietni-2020 [26.01.2022]

Social initiative in shaping local identity - example of the "Silent Memorial" project

Abstract: The core of territorial identity is the emotional connection of its inhabitants with their surroundings. Local identity is therefore conducive to the preservation of regional traditions and customs, and can have a significant impact on the preservation of culture, which is an element of tourist attractiveness. The aim of this paper is to present the role of social initiative in shaping the identity of a place through the processes of social participation, using the example of the "Silent Memorial" project in the Podkarpackie Province. The task of this initiative was to bring closer the fate of average people, inhabitants of Bieszczady villages and to honour them by creating a "graphic" monument to them on the boards of rural private farm buildings. The idea appealed so much that the project is continued and works are created also in other regions of the country. The results of the qualitative research showed that the "Silent Memorial" allowed for tapping into a sense of local identity and at the same time made the residents aware that they are part of the region where they live and that they have a unique asset that strengthens the tourist attraction. The presented example confirms that local identity is conducive to the preservation of regional traditions and customs, and thus it may have a significant impact on cultural preservation, refer to the past, and be a part of the authenticity of the region's cultural heritage.

Key words: local identity, cultural heritage, tourist attractiveness, social participation