

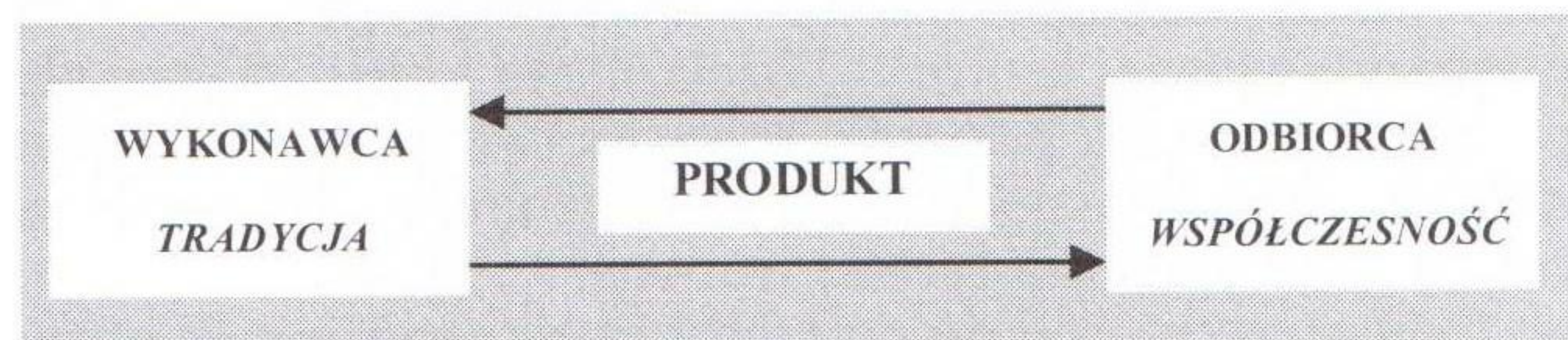
Rola społeczności lokalnej w kreowaniu współczesnej kultury regionalnej

Wprowadzenie

We współczesnych społecznościach regionalnych silnie zaznacza się nurt odtwarzania i przypominania zapomnianych tradycji – rzemiosł, potraw, strojów. Działania te związane są często z proporcją regionów, z upowszechnianiem wiedzy o konkretnych miejscach (zabytkach i atrakcjach turystycznych) głównie z myślą o osobach z zewnątrz – turystach. W wielu miejskich, gminnych i powiatowych urzędach funkcjonują oddzielne stanowiska zajmujące się promocją, oferujące m.in. foldery zawierające informacje o lokalnych atrakcjach. Z drugiej strony każdy z nas będąc osobą podróżującą, chcąc zapamiętać miłe chwile poszukuje jakiejś pamiątki lub prezentu kojarzącego się z miejscem, które mu się spodobało, w którym spędził czas. Nie wszystkie miasta czy wsie mogą poszczycić się targowiskiem na skalę sukienic krakowskich, czy sklepami Cepelii, w których tradycyjnie można nabyć „coś” ludowego, regionalnego, charakterystycznego. Ale też nie każdy z nas ma ochotę jako pamiątkę z wakacji przywieźć laleczkę w stroju regionalnym, ciupagę czy dużych rozmiarów dywan dwuosnowowy.

Różnego rodzaju przedsięwzięcia, których głównym celem było upowszechnianie wzornictwa ludowego, podejmowały m. in. Warsztaty Krakowskie, Towarzystwo Popierania Przemysłu Ludowego, Stowarzyszenie Polska Sztuka Stosowana, Stowarzyszenie Ład, czy Cepelia. Wiele wyrobów projektowanych wówczas przez artystów, a wykonywanych przez rzemieślników i rękodzielników do dnia dzisiejszego zachwyca artyzmem i precyzją wykonania. Także współczesne wyroby dostępne dla turystów w dużej części odwołują się najczęściej do tradycyjnej kultury ludowej, jej różnych dziedzin i przejawów (sztuka ludowa, folklor muzyczny, rzemiosło i rękodzieło).

W jaki jednak sposób projektować, wykonywać i sprzedawać nowoczesne produkty, będąc jednocześnie nawiązaniem do tradycyjnych wzorców, natomiast skierowane do potrzeb człowieka współczesnego – korzystającego z osiągnięć techniki, kierującego się nowymi trendami w modzie i urządzaniu wnętrz? Ważnymi więc kryteriami, jakie powinien spełniać produkt regionalny jest jego nawiązanie do tradycji (inspiracja, technika, wykonanie) oraz współczesne zastosowanie (patrz: Rys. 1). Pytanie, na które postaram się odpowiedzieć w poniższym tekście brzmi: Jak projektować / wymyślać / upowszechniać tradycyjne produkty?

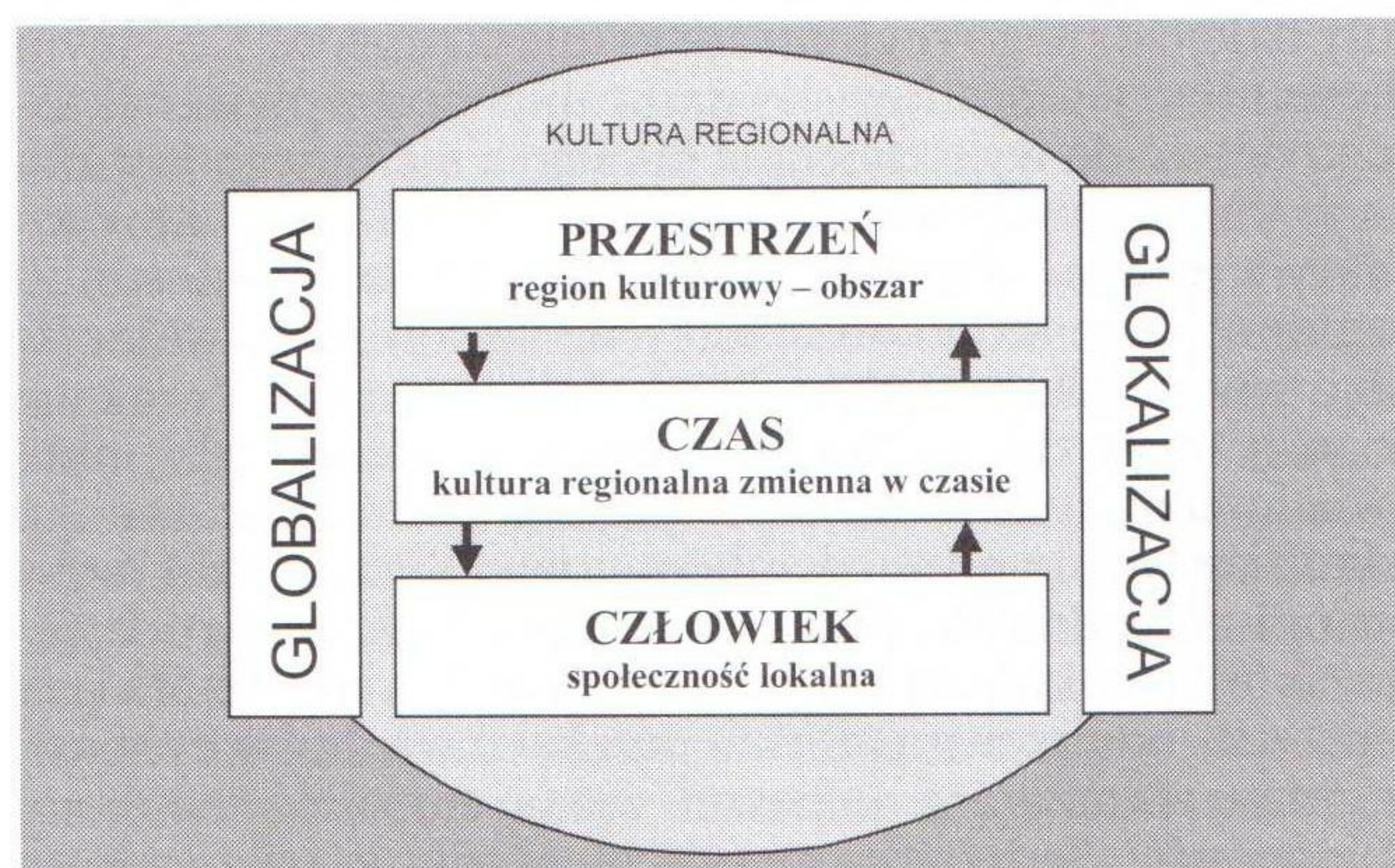


Rys. 1. Kryteria produktu regionalnego
Źródło: opracowanie własne

Kultura regionalna jako inspiracja

W twórczości mającej na celu projektowanie i promowanie produktów tradycyjnych, regionalnych, kojarzących się z miejscem i jego mieszkańcami, ich twórcy odwołują się najczęściej do wybranych elementów dziedzictwa kulturowego. Kształtowało się ono w wyniku różnych procesów historycznych, co spowodowało wyodrębnienie się kulturowych i cywilizacyjnych tożsamości regionów. Tożsamość ta ma wyraz przestrzenny, obejmuje określone terytorium cechujące się określonymi zespołami kulturowymi. Z poszczególnymi elementami kultury regionu utożsamiają się jego mieszkańcy, identyfikują się z nimi, określają je jako swoje i dobrze znane. Podstawę świadomości regionalnej stanowi wiedza na temat przeszłości i dziejów swojego regionu, a przejawem owej świadomości są celowe dążenia grup społecznych lub jednostek kultywujące i upowszechniające treści kultury.¹

Wspominając o współczesnych zjawiskach zachodzących na poziomie regionów nie można zapomnieć o zjawisku pojawiającym się jako przeciwwaga dla globalizacji. Zjawisko nazwane glokalizacją, odwołując się do najbardziej potocznych jego wyobrażeń, polega na podejmowaniu działań w oparciu o globalne osiągnięcia, technologie, nowe prądy myślowe, nie zapominając przy tym i nie negując tego co funkcjonuje na poziomie lokalnym. Hasło „myśl globalnie działaj lokalnie” zakłada nierozzerwalność dwóch światów globalnego i lokalnego, gdzie z tego co ogólne i masowe adaptuje się na poziomie lokalnym to, co przyczynia się do rozwoju świata na poziomie regionalnym. Spostrzeganie świata lokalnego przez pryzmat glokalizacji pozwala na odwoływanie się do tradycji regionu czy konkretnych społeczności, ich kultywowanie i przekazywanie, ale także reprezentowanie ich szerszemu odbiorcy, wykraczanie poza granice mikroświata (patrz: Rys. 2). Wspólny obszar działań wyznaczany jest przez trzy czynniki, jak: przestrzeń (obszar – region kulturowy), czas (kultura jako twór dynamiczny, zmienny w czasie) oraz działalność człowieka, twórcy kultury zamieszkującego wydzielony obszar (społeczność lokalna).



Rys. 2. Globalizacja i glokalizacja wobec kultury regionalnej
Źródło: opracowanie własne

Dla dalszych rozważań konieczne będzie podjęcie próby zdefiniowania kluczowych terminów, jak: region, kultura regionalna i społeczność lokalna, oraz relacji między nimi zachodzących. **R e g i o n k u l t u r o w y** jest wyodrębnionym na podstawie wybranych kryteriów obszarem, w obrębie którego zachodzą pewne zjawiska kulturowe dla niego charakterystyczne. Definicje regionu można podzielić na dwie grupy, z których pierwsza tzw. społeczno-kulturowa, jako cechy konstytutywne regionu wymienia świadomość odrębności danej grupy, jej identyfikację z określoną przestrzenią, więzi pomiędzy mieszkańcami wynikające z emocjonalnego stosunku do przeszłości a także poczucie odrębności w stosunku do sąsiadów.² Drugi rodzaj definicji na plan pierwszy wysuwa tematykę regionalizmu, rozumianego jako ruch społeczno-gospodarczy a także polityczny, mający korzenie w historii.³

Z pojęciem regionu łączy się nierozzerwalnie określenie społeczności lokalnej, której ramy wyznaczane są przez dwa rodzaje czynników: (1) obiektywne, jak na przykład zamieszkiwanie wspólnego terytorium oraz (2) subiektywne, czyli odczucia mieszkańców danego terenu, dotyczące wspólnej wizji świata i norm postępowania, jak religia, wspólny język.⁴ O społeczności lokalnej można mówić wtedy, gdy grupa zamieszkuje wspólne terytorium, członkowie danej społeczności wchodzi w interakcje społeczne oraz istnieje pomiędzy nimi pomiędzy nimi trwała więź. Istotnym warunkiem jest także funkcjonowanie w świadomości członków regionu poczucia odrębności w stosunku do innych społeczności lokalnych.⁵

Członkowie społeczności lokalnej, związani z miejscem, jego historią i dziejami wytwarzają swoisty kod, którym posługują się w codziennych kontaktach. Poszczególne elementy kultury regionalnej (choćby członkowie byli przekonani o istnieniu ich „od zawsze”) podlegały (i nadal podlegają) przemianom, wpływom i inspiracjom, cały czas stwarzając tę kulturę na nowo.⁶ Jednym z warunków istnienia regionu kulturowego oraz społeczności funkcjonującej na danym terenie jest wytworzenie przez tę grupę zespołu cech na tyle jednorodnego, aby możliwe było jej łatwe odróżnienie od np. kultury grupy sąsiedniej. Może to być kultura grupy etnograficznej, ale biorąc pod uwagę np. miasta może to być kultura mniejszości czy społeczności jednej dzielnicy, ulicy. Jednostki funkcjonują w dobrze znanym środowisku mając poczucie komfortu bycia u siebie, odczuwając emocjonalną więź ze swoim krajobrazem kulturowym oraz innymi jednostkami. Kultura regionalna jest więc zbiorem wytworów działalności całej wspólnoty regionalnej. W skład kultury regionalnej wchodzi elementy kultury ludowej, definiowane często przez samych członków jako dziedzictwo kulturowe, w tym zachowane, jak i odtwarzane tradycje – stroje, potrawy, rzemiosła. Ważnym składnikiem jest także pamięć o wydarzeniach historycznych, które zmieniły dzieje danego regionu i jego mieszkańców. Kolejnym elementem jest środowisko naturalne, pod wpływem którego doszło do wykształcenia takiego a nie innego zespołu cech kulturowych, które ułatwiało bądź utrudniało kontakty z innymi grupami. Dla współczesnego wizerunku regionu i jego środowiska liczy się świadomość walorów tego środowiska wśród społeczności, z czym jest związany rozwój turystyki (przede wszystkim agroturystyki) oraz świadomość atrakcyjności swojego miejsca zamieszkania. Ma to wpływ na promowanie regionu i kuszenie turystów walorami środowiska naturalnego. Ostatnią, czwartą częścią składową kultury regionalnej jest oświata, która jest zinstytucjonalizowaną formą przekazu wiedzy dotyczącej regionu, wskazującą na pewne ważne treści z życia danej zbiorowości. Jednostka na tyle identyfikuje się z kulturą swojego regionu, na ile ma wiedzę o tej kulturze i na ile sama stara się w niej uczestniczyć oraz ją organizować.

Tradycja i produkt tradycyjny

Inicjatywy podejmowane przez społeczności lokalne odwołują się najczęściej do elementów tradycyjnej kultury ludowej. Utrwalony w kulturze polskiej mit XIX wiecznej kultury wsi polskiej, wsi spokojnej i anielskiej, utrwalony m. in. na obrazach Kossaka i Stryjeńskiej, podtrzymywany przez ekspozycje muzealne i skansenowskie powoli odchodzi do przeszłości. Odtwarzanie, ale tym samym kreowanie nowych wzorców charakterystycznych dla kultury obszarów wiejskich staje się sposobem na życie oraz formą utrzymywania się i zarabiania.

Kluczowym słowem staje się więc słowo tradycja, definiowane jako dobra kulturowe przekazywane w czasie i przestrzeni, przejmowane i wartościowane (poddawane ocenie, co dopuszcza także ich zanegowanie, odrzucenie). W klasycznej już definicji autorstwa J. Szackiego, wskazuje się na trzy znaczenia tradycji. Pierwsze znaczenie, czynnościowe, wskazuje na sposoby przekazywania treści tradycji. Może się to odbywać na dwa sposoby: w rodzinie, czyli międzygeneracyjny przekaz pokoleniowy oraz w grupie społecznej. Kolejne znaczenie – przedmiotowe – wskazuje na to, co jest przedmiotem owego przekazu, czyli dobra kulturowe definiowane także jako spadek lub spuścizna. I ostatnie znaczenie tradycji tzw. podmiotowe, oznaczające stosunek kolejnych pokoleń do przekazywanych dóbr.⁷

W potocznym języku bardzo często zdarza się używać sformułowań typu: tradycyjna kuchnia, tradycyjne rzemiosło, tradycyjna sztuka. Tradycja w tym kontekście łączona jest z dziedzictwem kultury ludowej, funkcjonującej na obszarach wiejskich będącą wytworem chłopskiej warstwy społeczeństwa. Tak definiowana kultura ludowa to już kategoria historyczna, nijak odnosząca się do współczesnych procesów społecznych i gospodarczych obejmujących tereny wiejskie.

Bardzo często organizowane są konkursy na tradycyjny produkt, tworzone są także listy takich produktów, przyznawane są certyfikaty i dyplomy mające poświadczać ową „tradycyjność” (w domyśle być może i „wiejskość”). Produkt tradycyjny w tym kontekście ma przede wszystkim wskazywać na pochodzenie produktów regionalnych, z których słynie dany region (nie definiowany jako region etnograficzny, częściej uznający także kryteria administracyjne). W opisie podkreślany jest specyficzny charakter produktu, który musi posiadać cechy, które odróżniają go od innych produktów, a jego zakup staje się początkiem kontaktu z wyjątkową kulturą, tradycją, historią itp. (por. *Lista Produktów Tradycyjnych* prowadzona przez Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi oraz kryteria przyznawania certyfikatów⁸). Natomiast w przypadku regionów, na terenie których ciągłość kulturowa została przerwana, albo nastąpił już faktyczny zanik elementów tradycyjnej kultury regionalnej, produkt regionalny może stać się jednym z niewielu, które nawiązują do tradycji i do przeszłości⁹.

Kultura regionalna jako inspiracja

W zależności od tego, na jakim terenie i w jakich warunkach kultura kształtowała się i trwała, jakim czynnikiem historycznym podlegała, można ocenić, jaki jest jej stan, jaki jest stosunek mieszkańców do niej oraz czy doszło do takiego wykształcenia samoświadomości, aby członkowie danej społeczności chcieli pewne jej elementy upowszechniać i korzystać z nich w sposób świadomy. Kontynuowanie tradycji i przekazywanie jej elementów następnym pokoleniom jest możliwe dzięki pełniejszemu poznaniu własnej kultury i dziedzictwa kulturowego, ale przede wszystkim poprzez uczestnictwo i organizowane działań przyczyniających się do poznania, odtworzenia oraz przypomnienia tychże tradycji.

Odwoływanie się do podziału Polski na regiony etnograficzne we współczesnym, dynamicznie rozwijającym się świecie wydaje się być anachronizmem. Z drugiej jednak

strony istnieje silny nurt odradzania się regionalizmów oraz tworzenia i funkcjonowania nowych (silna tendencja do nazywania regionem jednostki administracyjnej, np. powiat brzozowski w województwie podkarpackim – Ziemia Brzozowska, powiat świecki w województwie pomorskim – Ziemia Świecka). W kontekście nazewnictwa sztuki ludowej oraz wytworów rękodzieła i rzemiosła również funkcjonują przymiotniki w nazewnictwie, pozwalające na identyfikację przedmiotu (wytworu) z konkretnym miejscem np.: pasiak *łowicki*, wycinanka *kurpiowska*, haft *kociewski*, snutka *golińska*.¹⁰ Dlatego też dla potrzeb np. planowania działań mających na celu ożywianie tradycji czy w niektórych przypadkach wymyślania produktów regionalnych na nowo, przydatny może się okazać podział regionów etnograficznych zaproponowany przez Ośrodek Badawczo-Rozwojowy Cepelii.¹¹ Na podstawie wypracowanych kryteriów regiony zostały podzielone na cztery grupy, ze względu na zachowane tradycyjne wzorce oraz ze względu na świadomość mieszkańców dotyczącą funkcjonowania regionu na poziomie nie tylko mentalnym, ale przede wszystkim na poziomie materialnym, do którego odwoływać się można także współcześnie.

W pierwszej grupie znalazły się regiony o bogatej tradycji i wysokiej świadomości bogactwa tradycji, która zachowała się wśród mieszkańców. Często są to regiony rozpoznawalne, promowane i reklamowane, a elementy kultury regionu funkcjonują w powszechnej świadomości i identyfikowane są także z kulturą ponadregionalną. Do takich regionów zaliczono m.in. Księżaków Łowickich, Kurpie Zielone i Białe czy Podhale.

Przykład 1: Kurpie Białe i czerwone zielka

Tradycja: Z czego słyną twórczynie ludowe z Puszczy Białej? Niewątpliwie bardzo charakterystycznym, łatwo rozpoznawalnym elementem jest haft – wykonywany najczęściej czerwoną nicią na białym lub szarym płótnie. Haftowana koszula, z misternie ozdobionymi haftem i delikatną, ażurową koronką szydełkową, mankietami i kołnierzem stanowiła istotny wyróżnik kobiecego stroju kurpiowskiego. Wzory te później były przenoszone na galanterię stołową – obrusy, bieżniki, serwetki a także fartuszki kuchenne.

Współczesność: Nie do każdego wnętrza pasuje lniany obrus haftowany w *zielka* i nie każda gospodyni używa w domu fartuszki kuchenne. W jaki sposób można zatem „uwspółcześnić” haft kurpiowski? Przedmiotem, który obrasta w gadzety są telefony komórkowe, dla których projektuje się etui, smycze, ozdobne breloczki. Dlaczego by więc nie zaprojektować i wykonać etui z modnym, etnicznym wzorem, rodem z kurpiowskiej koszuli?

Kolejną grupę stanowią regiony również o bogatej tradycji, jednak stosunkowo późno i mało zurbanizowane, na terenie których nie doszło do wykształcenia silnych instytucji, które mogłyby ingerować w kwestie upowszechniania treści regionalnych. W porównaniu do pierwszej grupy regiony te są mniej znane, trudniej jest podać ich cechy charakterystyczne, jednoznacznie kojarzące się z kulturą materialną i jej wytworami, pomimo cały czas funkcjonujących ośrodków rzemieślniczych i rękodzielniczych. A są to m. in. Podlasie, Lubelszczyzna oraz Rzeszowszczyzna.

Przykład 2: Podlasie na dywanie

Tradycja: Podlaskie tradycje rękodzielnicze nadal są bardzo żywe i kultywowane w regionie. Funkcjonuje również i jest dobrze znany na terenie całej Polski szlak rękodzieła, dzięki któremu można zapoznać się z wieloma dziedzinami rzemiosła i rękodzieła. Z czego słynie Podlasie? Wielu pewnie by odpowie-

działo, że z dywanów dwuosnowowych, na których w niezwykle misternie tkanych wzorach zamieszczane są całe historie. Dywany w przeróżnej kolorystyce (od czarno-białej po czarno-czerwone, zielono-białe i inne) stanowią chlubę wielu domów.

Współczesność: Twórczym rozwiązaniem byłaby próba tworzenia mniejszych form, a także poszukania dla nich innego zastosowania niż dekoracyjne. Modnym nawiązaniem do obowiązujących trendów, wśród których wyróżniają się wyroby z filcu, byłoby szycie torebek. Głównym motywem zdobniczym byłyby fragmenty dywanu dwuosnowowego – specjalnie tkane mniejsze formy, które nie wymagają tak ogromnego nakładu surowców i pracy jak dywany.

W trzeciej grupie znalazły się regiony, na terenie których zachowała się ciągłość kulturowa, poziom identyfikacji mieszkańców z regionem jest wysoki, jednak głównie na poziomie sfery mentalnej. W niewielkim stopniu zachowały się wytwory kultury materialnej, do czego przyczyniła się szybka urbanizacja. Trudniej na tych terenach o tradycyjne wyroby czy o znalezienie „żywych” tradycji znanych i rozpoznawalnych w regionie i poza jego granicami. Przykładem takiego regionu, z którym mieszkańcy silnie się identyfikują, jest Wielkopolska.

Przykład 3: Poznańska Bamberka

W tym miejscu przytoczę przykład, który swego czasu wywołał dużą dyskusję w samym Poznaniu oraz w lokalnych mediach. W związku z decyzją o przyznaniu Polsce organizacji Euro 2012 w całym kraju przetoczyła się dyskusja dotycząca symboli mających towarzyszyć temu wydarzeniu. Jednym z miast, w którym mają się odbyć rozgrywki piłkarskie, jest i stolica Wielkopolski.

Zgodnie z zasadą, iż gadżet (lub logo) promujące wydarzenie powinno być związane z historią i kulturą danego miejsca, zdecydowano nawiązać się do postaci Bamberki. Przypomina ona o wydarzeniu, które miało miejsce w XVII wieku, kiedy to z okolic Bambergu sprowadzono do Poznania grupę osadników, dając im możliwość zamieszkania w podpoznańskich wsiach (obecnie dzielnicach miasta). Osadnicy bardzo szybko wtopili się w lokalną kulturę, stając się pełnoprawnymi członkami społeczności poznańskiej.

Charakterystycznym elementem ich kultury, który do dzisiaj pozostaje w świadomości Poznaniaków jest kobiecy strój bamberski. W roku 1915 na poznańskim Starym Rynku postawiono tzw. Studzienkę Bamberki, przedstawiającą postać młodej dziewczyny w stroju z nosidłami na ramionach. Motyw ten został wykorzystany przez twórców maskotki (loga), umieszczonej m. in. na koszulkach i sprzedawanych jako pamiątka z Poznania.

W ostatniej grupie znalazły się regiony, na terenie których w wyniku wydarzeń historycznych doszło do przerwania ciągłości kulturowej, zderzenia tradycji różnych kultur przywiezionych przez osadników z wielu regionów. W wyniku tak dużego przemieszania kulturowego trudno jest znaleźć wyraźne i jednoznacznie się kojarzące z danym miejscem wyróżniki. Pojawia się w tym momencie pytanie, do jakiej tradycji i jakiej kultury się odwoływać? Czy wyszukiwać w źródłach i w pamięci nielicznych najstarszych autochtonów coś, co jest tylko i wyłącznie świadectwem przeszłości? Czy starać się tworzyć i kreować nowy region, biorąc pod uwagę tradycje obecnych mieszkańców tych ziem. Przed takimi dylematami stoją regionaliści obszarów, które w granicach Polski znalazły się po II wojnie światowej, a więc Dolnego Śląska, Ziemi Zachodnich i Północnych.

Przykład 4: Promocja marki „w kratkę”

Jak wypromować Ziemię Zachodnią? Jakimi kryteriami kierować się przy próbie stworzenia regionalnego podziału na terenach, na których doszło do przerwania ciągłości tradycji, a obecni mieszkańcy noszą w sobie wiele tradycji, czując się emocjonalnie związani bardziej z miejscem urodzenia (czy pochodzenia rodziców). To, co pozostało po dawnych mieszkańcach, to elementy kultury materialnej pod postacią budynków, czy zaaranżowania krajobrazu kulturowego.

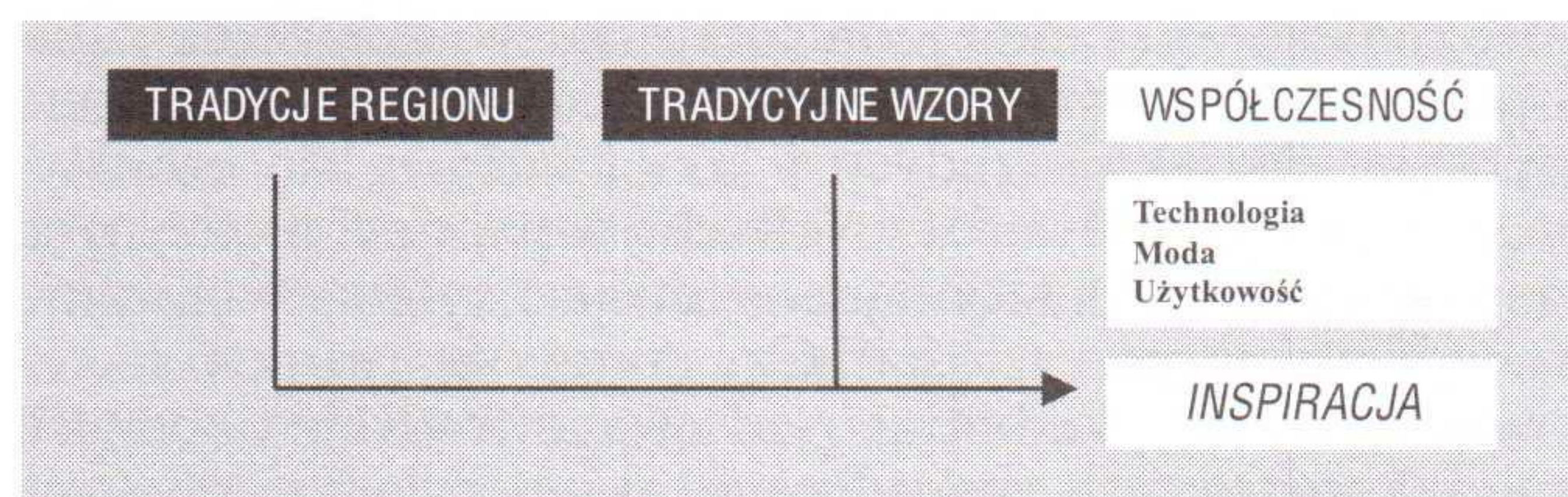
Dobrym przykładem wymyślenia i promowania marki związanej z konkretnym terenem jest *Kraina w Kratę*. Projekt ten swymi działaniami obejmuje teren kilku nadmorskich gmin Pomorza Środkowego, na terenie których dominującym elementem krajobrazu są domy o konstrukcji szkieletowej. Zachowane w dużym stopniu tradycyjne układy wsi oraz kształty zagród, których ściany budynków są „w kratkę”, stanowią o niezwykłym klimacie tych miejsc. Z jednej strony projekt ten odwołuje się do tradycyjnego budownictwa, które pomimo tragicznych wydarzeń II wojny światowej przetrwało w dobrym stanie. Z drugiej zaś strony dbanie o domy i zagrody, wyznaczanie tras dla zwiedzających, dokumentowanie i organizowanie wystaw oraz ściąganie turystów ma bezpośrednie przełożenie na wzrost poczucia atrakcyjności miejsca zamieszkania wśród właścicieli owych domów.¹²

Twórcze upowszechnianie elementów kultury regionalnej

Czym jest twórczość? Pierwsze skojarzenia to jakiś rodzaj sztuki, konieczność posiadania jakiś szczególnych umiejętności i talentu. Psychologiczne definicje terminu charakteryzują twórczość jako kreatywność, czyli zdolność do wytwarzania nowych pomysłów, poszukiwania nowych rozwiązań itp. dzieło twórcze z jednej strony powinno nosić znamiona nowości i tym samym zaskakiwać odbiorcę, z drugiej strony powinno być wartościowe i użyteczne. Sam termin może być postrzegany w trójnasób: (1) jako produkt, konkretne dzieło i wytwór (2) jako proces (tworzenia i wymyślenia) oraz (3) jako zdolności intelektualne i twórcze osoby, która ma coś stworzyć.¹³

W jaki sposób tę wiedzę możemy odnieść do regionu, jego tradycji i zasobów? Z jednej strony jako nabywcy np. pamiątki z wakacji oczekujemy czegoś tradycyjnego i kojarzącego się z miejscem naszego pobytu, z drugiej natomiast chcemy mieć coś co jest nowoczesne, funkcjonalne, nowe i zaskakujące, co byśmy chcieli mieć lub co można dać w prezencie. Kultura regionalna i jej zasoby w tym momencie mogą służyć twórcom „pamiątki z wakacji” jako inspiracja (patrz: Rys. 3)

Granica pomiędzy podtrzymywaniem a kreowaniem nowych elementów tradycji wiąże się przede wszystkim z kwestią folkloru i folkloryzmu, czyli występowaniu pewnych form w naturalnym otoczeniu, a pozbawianiu ich naturalnego kontekstu i wykorzystywaniu pewnych form, które ulegają przetworzeniu. Związane jest to oczywiście ze zmianą kulturową, kiedy wraz z nią zmienia się zakres semantyczny zjawisk.



Rys. 3. Powstawanie produktu tradycyjnego – współczesnego i twórczego

Źródło: opracowanie własne

Punktem wyjścia dla powstawania nowych form staje się aktywność społeczna, czyli chęć uczestnictwa a także organizowania działań kulturalnych, których treść adresowana jest zarówno do członków danej grupy regionalnej, jak i do przedstawicieli grup zewnętrznych. Aktywność społeczna jest dobrowolnie przyjętym rodzajem zobowiązania, które zakłada aktywne włączanie się i uczestniczenie w życiu społeczności a także kształtowania jej wizerunku na zewnątrz.¹⁴ W przypadku produktów regionalnych mamy dwie grupy osób, mogących grać wiodące role w promocji regionów. Do pierwszej grupy należą „eksperci”, czyli mieszkańcy regionu (miasta, wsi) zajmujący się tworzeniem. Z racji miejsca swego zamieszkania i / lub związania z regionem uznać ich można za znawców lokalnej tradycji, którzy są rozpoznawalni w swoim środowisku (mogą więc być liderami w swoich społecznościach) i posiadają określone umiejętności. Drugą grupę stanowią „specjaliści”, osoby z zewnątrz, kompetentni w zakresie m.in. marketingu i promocji, znający nowe rozwiązania i technologie. Idealnym modelem jest oczywiście ten, w którym eksperci i specjaliści uczą się od siebie wzajemnie, wymieniają doświadczeniami, uczestnicząc w szkoleniach np. w treningach twórczości, starając się znaleźć nowe rozwiązania i pomysły (patrz: Rys. 4).



Rys. 4. Schemat szkoleń w zakresie projektowania i promowania produktów regionalnych.

Źródło: opracowanie własne

Podstawą wzajemnej współpracy ekspertów od regionu oraz specjalistów różnych dziedzin jest poznanie najbliższego środowiska i specyfiki regionu, nawiązywanie kontaktów ze środowiskiem lokalnym i regionalnym oraz poszanowanie i dbanie o dziedzictwo. Pozwala to na bezpośredni udział wszystkim zainteresowanym, a przyczynia się do rozwoju i promowania regionu. Dbanie o dziedzictwo kulturowe powinno być inicjatywą oddolną, rodzącą się na szczeblu lokalnym. Z drugiej strony taka forma realizacji założonych celów pozwala na aktywizowanie lokalnych środowisk oraz poszukiwanie nowych rozwiązań i wyzwala ducha obywatelskiego. Idee programów zakładających m. in. aktywizację społeczności lokalnych przybierają różne formy (jednorazowe bądź cykliczne, np. obchody dni dziedzictwa, czy formy trwalsze jak opracowywanie szlaków turystycznych). Wytwarza się w ten sposób płaszczyzna przekazu międzygeneracyjnego, kiedy osoby zainteresowane działalnością na rzecz regionu, nawiązują kontakt i przekazują swoją wiedzę i umiejętności nowym osobom.

Możliwe kierunki współpracy i poszukiwania nowych rozwiązań to, moim zdaniem: (1) bezpośrednie nawiązywanie do tradycji, poprzez kontynuację i odtwarzanie wzorców, np. kurs tradycyjnego lepienia garnków, wykorzystując naturalne materiały i ich tradycyjną obróbkę; (2) inspirowanie się tradycją, czyli poszukiwanie nowych rozwiązań technologicznych i zachowywanie starych wzorców (np. wyplatanie koszyków z drutu) lub odwrotnie – tradycyjne surowce i technologie, a współczesne formy (wyplatanie z wikliny wg współczes-

nych projektów). Możliwe jest także trzecie rozwiązanie, czyli całkowite odrzucenie i/lub zanegowanie tradycyjnych form, technologii i wzorów i skupienie się na poszukiwaniu zupełnie nowych form i kształtów.

Podsumowanie

We współczesnej kulturze i świecie istnieje duży obszar, który nazwać możemy dziedzictwem kulturowym obszarów wiejskich, ale też dużych i małych ośrodków miejskich. O tym dziedzictwie można nauczać, odkrywać je, badać, ocalać od zapomnienia, ale także nie odcinać się od korzeni, nie wyśmiewać, nie wartościować, tylko akceptować, wykorzystywać i ocalać. Tradycyjne wzory to kopalnia pomysłów i inspiracji dla projektantów. Z drugiej strony, współczesne technologie i przedmioty to wyzwanie dla twórców nieprofesjonalnych, którzy poprzez tworzenie przedmiotów dla według współczesnych kanonów i mód, przyczynić się mogą do propagowania tradycji swojego regionu, miejsca zamieszkania. „Tradycyjność”, „regionalność” i „wiejskość” nie musi być kojarzona tylko z kromką chleba ze smalcem i ogórkiem kiszonym, czy z ciupagą góralską.

Doświadczenia wielu firm (projektujących np. biżuterię, odzież, czy artykuły wyposażenia wnętrz) pokazują, że ludowe i etniczne inspiracje są świetnym towarem, który znajduje coraz więcej nabywców. Twórcami tych współczesnych przedmiotów – pomysłodawcami i producentami – mogą być osoby, które dotychczas zajmowały się rękodzielnictwem i rzemiosłem. Stworzenie wspólnej płaszczyzny kontaktów dla specjalistów „od tradycji” i „od współczesności” to – być może – antidotum na to, by produkt regionalne nie były dostępne tylko na jarmarkach i w galeriach z tzw. sztuką ludową. Znalezienie nowych miejsc prezentacji oraz nowych rynków zbytu to także sposób na upowszechnienie pewnego kanonu wzorców w tak dobrze funkcjonującym od kilku lat światowym nurcie nawiązującym do *klimatów etno* i *folk*.

PRZYPISY

¹ Por. S. Dąbrowski, *Rola i zadania towarzystw regionalnych w dziedzinie edukacji historycznej*, [w:] *Regionalizm polski u progu XXI wieku*, red. S. Bednarek, Wrocław 1994, s. 112; K. Kwaśniewski, *Euroregiony i regiony Polski Zachodniej a regionalizmy*, [w:] *Regionalizm polski...*, *op. cit.*, s. 34-39.

² A. Brenz, *Wielkopolska jako region etnograficzny*, Poznań 1996, s. 7; J. Damrosz, *Region i regionalizm. Studium interdyscyplinarne*, Warszawa 1987, s. 22.

³ W. Świątkiewicz, *Region i regionalizm w perspektywie antropocentrycznego paradygmatu kultury*, [w:] *Regionalizm polski...*, *op. cit.*, s. 25.

⁴ J. Bednarski, *Grupa Lokalna*, [w:] *Słownik etnologiczny. Terminy ogólne*, red. Z. Staszczak, Warszawa-Poznań 1987, s. 151.

⁵ E. Olędzka, *Społeczność lokalna – środowisko społeczne lidera*, [w:] *Kształcenie liderów społeczności wiejskich*, red. A. Brzezińska, A. Potok, Poznań 1996, s. 37.

⁶ A. W. Brzezińska, *Kultura własnego regionu*, „Edukacja i Dialog”, 2004 2 (165), s. 6.

⁷ Z. Jasiewicz, *Tradycja*, [w:] *Słownik etnologiczny*, *op. cit.*, s. 353-358.

⁸ <http://www.minrol.gov.pl/DesktopDefault.aspx?TabOrgId=1516> [dostęp dnia: 07.01.09.].

⁹ Jako przykład posłużyć może projekt Wiosek Tematycznych, realizowany na terenie Pomorza Środkowego. Projekt taki zakłada poszukiwanie w najbliższym otoczeniu czegoś charakterystycznego, co mogłoby z jednej strony stanowić miejscową atrakcję, ale także pozwoliłoby mieszkańcom danego terenu znaleźć pracę, z wykorzystaniem ich zasobów i umiejętności. Sprawdza się to w sytuacji, gdy wsie leżą na terenach, w których nastąpiła całkowita lub częściowa wymiana mieszkańców (w wyniku przesiedleń, migracji itp.). Zorganizowanie wsi tematycznej wpisuje się w idee aktywizacji społeczności lokalnych, w pewien sposób wymusza współdziałanie oraz wzajemne wspieranie się zarówno w fazie projektu, jak i późniejszej jego realizacji. Na Pomorzu Środkowym, zamieszkałym głównie przez grupy przesiedleńców i ich potomków, a więc w małym stopniu identyfikujące się z zastanym dziedzictwem kulturowym, utworzonych zostało kilka wiosek tematycznych, znajdujących się od siebie w niewielkiej odległości. W każdej z tych wsi mieszkańcy proponują turystom innego rodzaju atrakcje, wykorzystując przy tym swoje umiejętności, ale także ucząc się nowych rzemiosł, wytwarzania produktów regionalnych (por. I. Idziak, *O odnowie wsi. Poradnik*, Warszawa 2004 oraz www.wioskitematyczne.org.pl).

¹⁰ J. Burszta, *Region i regionalne monografie etnograficzne*, „Lud”, t. 51, cz. II, 1968, s. 607.

¹¹ Za: J. Damrosz, *op. cit.*, s. 69-70.

¹² Por. *Ocalone dziedzictwo. Rekonstrukcja zabytkowej zagrody w Swołowie*, red. M. Mazur, Słupsk 2008.

¹³ Por. E. Nęcka, *Twórczość*, [w:] *Psychologia. Podręcznik ogólny*, Tom 2, *Psychologia ogólna*, red. J. Strelau, Gdańsk 2000, s. 784-785.

¹⁴ J. Gajda, *Antropologia kulturowa*, część I, *Wprowadzenie do wiedzy o kulturze*, Toruń 2005, s. 46-47.

