

Anna Kłoczko-Gajewska

Olga Markiewicz

Mechanizm rozprzestrzeniania się wiosek tematycznych w Polsce*

Streszczenie: W Polsce od 1997 r. pojawia się coraz więcej wiosek tematycznych, które opierają swój rozwój na wybranej przez siebie myśli przewodniej (np. rzemiośle, baśni, produkcie). Pomysł na taką działalność przyszedł z Austrii i Niemiec i początkowo był realizowany dzięki grantom pochodzącym z kilku fundacji, a następnie funduszy unijnych. Idea wiosek tematycznych rozprzestrzeniała się częściowo w sposób zorganizowany (plany rozwoju, programy aktywizacji), a częściowo spontanicznie (na zasadzie naśladowania wsi położonych w sąsiedztwie). Istotny wpływ na rozprzestrzenianie się idei wioski miało zaangażowanie propagatora tego pomysłu oraz stworzony przez niego podręcznik.

Słowa kluczowe: dyfuzja idei, wioski tematyczne, rozwój obszarów wiejskich.

1. Wstęp

Od końca lat 90. w krajobrazie polskiej wsi zaczynają pojawiać się wsie tematyczne, czyli takie, których mieszkańcy oprócz działalności rolniczej wspólnie angażują się w działalność pozarolniczą, starając się zogniskować rozwój wsi wokół wybranego wspólnie tematu przewodniego. Takim motywem mogą być tradycyjne lub lokalne produkty, takie jak miód, chleb, wiklina, które znajdują odzwierciedlenie w nadanej wsi nazwie – Wioska Miodowa, Wioska Chleba, Wioska Wierzbowa. Tematem przewodnim może być też specyfika miejsca, jak choćby Wioska Górnicza, Wioska Kaperska, Wioska Tatarska, ewentualnie charakterystyczna nazwa (Przygodziczki – Wioska Przygody, Jabłonka – Wioska Jabłkowych Smaków). Rozwój wsi może być również zorientowany wokół nieco bardziej abstrakcyjnych tematów niezwiązanych z miejscem, ale wymyślonych wspólnie przez członków

Dr Anna Kłoczko-Gajewska, Wydział Nauk Ekonomicznych, Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego, anna_kłoczko_gajewska@sggw.pl; dr Olga Markiewicz, Międzynarodowe Centrum Badań i Analiz (ICRA), olga.markiewicz@eui.eu.

* Dziękujemy dr. Waclawowi Idziakowi za cenne uwagi do pierwszej wersji tego artykułu.

społeczności wiejskiej, jak choćby Wioska Hobbitów, Einstein na Łące, Cudowny Świat Krasnali. W większości przypadków tematyżacja wsi ma na celu przyciągnięcie turystów i zapewnienie mieszkańcom dodatkowych źródeł dochodów. Jest więc sposobem na radzenie sobie z wyzwaniami rozwojowymi w miejscach, gdzie kończą się dotychczasowe sposoby zarobkowania związane z rolnictwem.

Tematyżacja umożliwia wprowadzenie wsi do gospodarki doznań i gospodarki wiedzy. Może też służyć samym mieszkańcom, przyczyniając się do zwiększenia ich aktywności społecznej, co skutkuje poprawą jakości ich życia. Powstają wówczas wsie, gdzie działania mieszkańców są nakierowane bezpośrednio na interes społeczności lokalnej (np. stowarzyszenie w Iwięcinie – Wiosce Końca Świata – prowadzi szkołę społeczną, remontuje kościół i tworzy cysterską izbę muzealną). Choć idea tworzenia wsi tematycznych nie zrodziła się w Polsce, to jednak znalazła tu wielu naśladowców. Obecnie w naszym kraju funkcjonuje ponad 100 wsi tematycznych. Ze statystycznego punktu widzenia są one zjawiskiem marginalnym, jednak wzbudzają zainteresowanie badaczy ze względu na swoją unikalność. W polskiej perspektywie tematyżacja jest innowacją społeczną rozumianą jako nowa praktyka społeczna, której celem jest lepsze zaspokojenie potrzeb danej zbiorowości czy też lepsze radzenie sobie z wyzwaniami społecznymi. Jest zjawiskiem ciekawym, ponieważ może być sygnałem świadczącym o odbudowywaniu kapitału społecznego na wsi. Jak pokazują liczne badania, w tym Marii Halamskiej (2008), która posłużyła się takimi wskaźnikami, jak między innymi: uczestnictwo w organizacjach, poziom zaufania i solidarność, współdziałanie, inkluzja społeczna czy poczucie podmiotowości, na polskiej wsi poziom kapitału społecznego jest niski¹. Tymczasem kapitał społeczny jest uważany za kluczowy zasób umożliwiający konstruowanie nowych strategii rozwoju regionalnego (Kukliński 2003; Działek 2011). Kapitał społeczny ułatwia kooperację wewnątrz grup oraz rozszerza zdolności kolektywnego działania dla osiągnięcia wzajemnych korzyści. Ponadto wzmacnia proces uczenia się i stanowi kluczowy element tworzenia, dyfuzji i transformacji wiedzy, które to procesy mają istotne znaczenie dla innowacyjności i konkurencyjności regionów. Warto zatem przyjrzeć się mechanizmom rozprzestrzeniania się idei wiosek tematycznych, gdyż być może posłużą one za wskazówkę do odbudowywania kapitału społecznego.

Bazując na wynikach wywiadów przeprowadzonych przez jedną z autorek wśród przedstawicieli ponad 60 wiosek tematycznych oraz dostępnej literaturze, staramy się zbadać zjawisko rozprzestrzeniania się idei tworzenia wiosek tematycznych

¹ Obraz ten nie jest jednak tak jednoznaczny, gdyż jednocześnie zwraca się uwagę, że co prawda na wsi w porównaniu z miastem istnieje niewiele zarejestrowanych organizacji pozarządowych, natomiast można zauważyć nieformalną współpracę, zainteresowanie sprawami swojej wsi, wzajemne zaufanie i pomoc sąsiedzka (Wieruszewska 2002).

w Polsce, a przy użyciu teorii dyfuzji podejmujemy próbę wyjaśnienia tego fenomenu. Według naszej wiedzy do tej pory nie powstało żadne opracowanie, które w sposób systematyczny analizowałoby to zagadnienie. Istniejąca literatura dotycząca wiosek tematycznych nie jest zbyt obszerna i koncentruje się na studiach poszczególnych przypadków. Badacze analizują procesy prowadzące do powstania lub też działalność konkretnych wsi (Bielski 2011), kilku wsi w jednym regionie (Czapiewska 2012; Głuszak 2012) bądź kilku wsi w jednej z gmin (Jankun et al. 2016), ewentualnie percepcję tego rodzaju oferty przez turystów (Maćkowiak, Seelieb 2009). Ponadto istnieją prace poświęcone koncepcji wioski tematycznej, pokazujące cele i założenia tej formy aktywności społecznej (Idziak 2008). W naszej analizie wykorzystujemy wyniki dotychczasowych badań, by odtworzyć mechanizmy, dzięki którym tematyzacja zyskuje naśladowców wśród kolejnych społeczności wiejskich, skłaniając ich mieszkańców do większej aktywności społecznej i współpracy. W pracy korzystaliśmy też z materiałów wiejskich organizacji pozarządowych, dokumentacji grantowych oraz materiałów prasowych.

Nie jest zamierzeniem autorek ocena działalności wiosek, nie pytamy o to, czy to rozwiązanie faktycznie przyczynia się do zmiany życia na terenach wiejskich ani jakie czynniki wpływają na sukces czy porażkę danej wioski. Te pytania są istotne i warto je stawiać w kolejnych badaniach, by lepiej rozumieć procesy społeczne zachodzące na terenach wiejskich. Wstępne wnioski z tego rodzaju badań przekrojowych na próbie 63 wiosek opublikowano już w opracowaniu Anny Kłoczko-Gajewskiej (2015), ale z pewnością wskazane jest przeprowadzanie dokładniejszych analiz, bazujących nie na telefonicznych wywiadach z pojedynczymi przedstawicielami wiosek, a na twardszych danych.

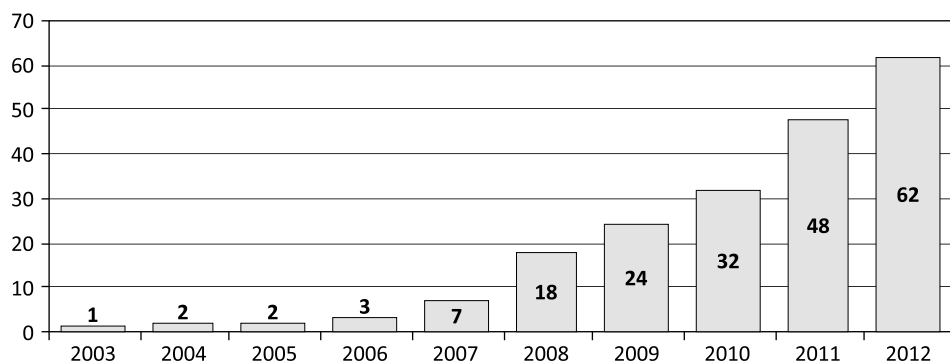
2. Wioski tematyczne – powstawanie i działalność

Wioski tematyczne w większości oferują turystom różnorodne atrakcje – są to głównie usługi związane z wybranym tematem. Z wywiadów telefonicznych przeprowadzonych w 2013 r. wynika, że w 86% wiosek turyści mogli wziąć udział w różnego rodzaju warsztatach (np. rękodzieła lub przygotowywania tradycyjnych potraw), w 44% w ofercie były gry terenowe. Nieco rzadziej można było wziąć udział w lekcjach i pokazach czy też festynach i biesiadach (odpowiednio 38% i 35%). W 24% wiosek oferowano zwiedzanie z przewodnikiem, w 21% gry, zabawy i konkursy, a w 19% powstały ścieżki edukacyjne. Około połowa wiosek kierowała swoją ofertę tylko do grup zorganizowanych². Warto zwrócić uwagę, że założenie wioski

² Bardziej szczegółowy opis działalności i wstępną ocenę jej efektów oraz szczegóły doboru próby można znaleźć w publikacji Kłoczko-Gajewskiej (2015).

tematycznej nie wymaga większych inwestycji infrastrukturalnych – ważny jest pomysł i zaangażowanie mieszkańców.

Od 2003 r. idea wiosek tematycznych zyskuje nowych naśladowców. Na rysunku 1 przedstawiono liczbę wiosek działających (to znaczy mających gotową ofertę) w Polsce w latach 2003–2012³. Jak widać, początkowo przyrosty były niewielkie, natomiast z każdym rokiem wiosek przybywało. Z innych źródeł (np. publikacji różnych autorów oraz okazjonalnych rozmów z przedstawicielami wiosek tematycznych lub organizacji pozarządowych) wiadomo, że liczba wiosek nadal rośnie, jednak brak jest dokładnych danych, stąd nie znalazło to odzwierciedlenia na rysunku.



Rysunek 1. Liczba potwierdzonych wiosek tematycznych w Polsce w latach 2003–2012 (nie uwzględniono wiosek, które do 2013 r. zaprzestały działalności lub ją zawiesiły)

Figure 1. The number of confirmed thematic villages in Poland in 2003–2012 (the villages that suspended or abandoned the idea until 2013 were not included)

Źródło: badania własne.
Source: Own study.

Warto zwrócić uwagę, że wioski nie powstają równomiernie na terenie całej Polski, ale raczej w obrębie województw. Liderem pod względem liczby wiosek w 2013 r. było województwo lubelskie, a następnie kujawsko-pomorskie i warmińsko-mazurskie. Są też województwa, gdzie do połowy 2013 r. nie powstała żadna wioska. Z danych przedstawionych w tabeli 1 wynika, że o ile w ramach jednego województwa o rozprzestrzenianiu się idei wiosek decydowała często

³ Liczbę tę określono na podstawie wywiadów z przedstawicielami wiosek, do których udało się dotrzeć w 2013 r., oraz dzięki przeszukiwaniu internetu i rozmowom z ekspertami; prawdopodobnie była ona zbliżona do pełnej populacji.

bliskość geograficzna, to w skali krajowej nie można zauważyć takiej prawidłowości. W początkowych latach wioski pojawiały się w tych województwach, w których organizowano szkolenia mające na celu propagowanie tej idei, a kolejność włączania się poszczególnych województw zależała od zainteresowania władz lub organizacji pozarządowych.

Tabela 1. Pojawianie się idei wiosek tematycznych w poszczególnych województwach w latach 2000–2013 (dane dla wiosek działających w 2013r.) (N = 62)

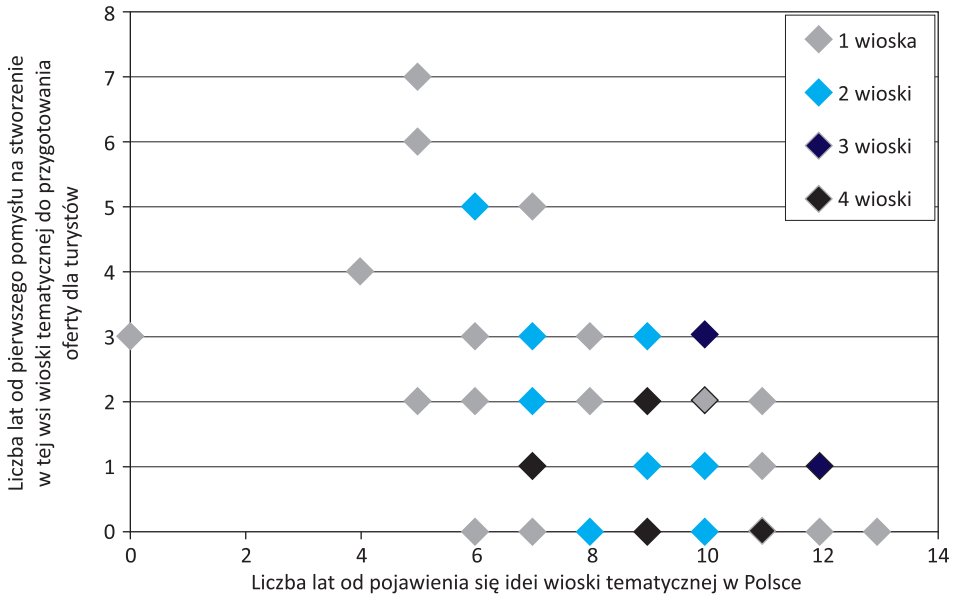
Table 1. The emerging of the idea of thematic villages by regions in 2000–2013 (data for active villages, 2013) (N = 62)

	2000	2001–2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Razem
Zachodniopomorskie	1	–	–	–	1	1	–	1	–	–	–	–	4
Warmińsko-mazurskie	–	–	1	1	–	3	1	3	–	1	–	–	10
Lubelskie	–	–	–	1	1	1	1	4	4	–	1	–	13
Świętokrzyskie	–	–	–	1	–	–	–	–	–	–	–	–	1
Łódzkie	–	–	–	–	1	–	1	–	–	–	–	–	2
Opolskie	–	–	–	–	6	–	–	1	–	1	–	–	8
Podlaskie	–	–	–	–	–	1	–	2	–	–	–	–	3
Dolnośląskie	–	–	–	–	–	3	–	–	1	–	3	1	8
Kujawsko-pomorskie	–	–	–	–	–	2	1	1	3	5	–	–	12
Podkarpackie	–	–	–	–	–	–	–	–	1	–	–	–	1
Pozostałe województwa	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	0

Źródło: badania własne.

Source: Own study.

Z biegiem lat zmieniał się czas potrzebny na założenie wioski tematycznej, licząc od pojawienia się pierwszego pomysłu na taką działalność do przygotowania oferty dla turystów (rysunek 2). Czas ten skrócił się z 2–7 lat do 0–3 lat. Prawdopodobnie przykład już działających wiosek powodował, że mniejsze były opory przed spróbowaniem nowego rodzaju działalności, chociaż mogły być też inne przyczyny, na przykład dostępność środków na szkolenie.



Rysunek 2. Czas potrzebny na stworzenie gotowej oferty dla turystów w zależności od nowości idei tworzenia wiosek tematycznych (dane dla wiosek działających w 2013 roku) (N = 59)

Figure 2. The time needed for preparing an offer for tourists since the idea of a thematic village was first put forward in a given village

Źródło: badania własne.
Source: Own study.

Wielu aktywistów, którzy tworzyli wsie tematyczne, na początku tego procesu brało udział w mniej lub bardziej formalnych szkoleniach, organizowanych m.in. przez lokalne organizacje pozarządowe. Podczas wywiadów udzielonych w 2013 r. na pytanie o sposób przekonywania mieszkańców do tego pomysłu najczęściej wymieniano warsztaty i szkolenia (ponad 20 wskazań), z których część dotyczyła bezpośrednio działalności wiosek tematycznych, a część innych zagadnień, np. rękodzieła. Niewiele mniej, bo prawie 20 respondentów, wymieniło formalne spotkania i nieformalne rozmowy z mieszkańcami wsi, w której planowano wprowadzić tematyzację. W kilkunastu przypadkach mieszkańców nie trzeba było przekonywać. Poza tym pojedyncze osoby wymieniły wyjazdy studyjne do już istniejących wiosek, pośrednictwo szkoły oraz wzmianki o wsi w lokalnej prasie i radiu.

Z powyższych danych wynika, że idea tematykacji wsi się rozprzestrzenia. Początkowo były to pojedyncze wsie, często szkolone przez te same osoby, a od

2007 r. proces tworzenia wiosek nabiera tempa. Co prawda są też wsie, które po kilku latach rezygnują z działalności jako wioska tematyczna, ale są to stosunkowo nieliczne przypadki (w 2013 r. na 78 działających aktywnie wiosek przypadało 14, które zrezygnowały z tego pomysłu). Respondenci podali następujące przyczyny zarzucenia aktywności: kłopoty zdrowotne i sprawy rodzinne głównych aktywistów; znalezienie pracy przez większość osób zaangażowanych w działalność danej wioski, co spowodowało brak czasu; konflikt pomiędzy liderem a władzami gminy; konflikt wewnątrz wsi dotyczący działalności wioski; zmiana profilu działalności; powolny spadek zainteresowania i zmęczenie.

Na podstawie danych można zaobserwować, że utworzenie wioski tematycznej często skutkuje pojawianiem się kolejnych w tej okolicy. Warto zastanowić się, dlaczego to zjawisko zyskuje popularność. W tym celu autorki wykorzystają teorie dyfuzji, które zostaną zaprezentowane w dalszej części artykułu.

3. Teorie dyfuzji

W naukach społecznych nie istnieje jedna teoria dyfuzji, którą można byłoby posłużyć się do wyjaśnienia rozprzestrzeniania się idei tematykacji wsi. Raczej odnotowuje się wiele podejść, które koncentrują się na różnych aspektach procesu rozprzestrzeniania się zjawisk. Przedmioty dyfuzji mogą się bardzo od siebie różnić. Mogą jej podlegać nowe produkty – jak zmodyfikowana genetycznie kukurydza (Ryan, Gross 1943); nowe idee – jak na przykład ruch odnowy wsi; nowe regulacje – jak przepisy dotyczące bezpieczeństwa żywności (Post 2005). Bez względu na to, co jest przedmiotem dyfuzji, teorie te opierają się na założeniu, że aktorzy społeczni nie działają w izolacji, ale podejmując działania, inspirowani są tym, co robią inni. Zatem mierząc się z pewnymi problemami, kierują się tym, jak podobne problemy rozwiązano w innym kraju, mieście czy gminie, czy jak radzono sobie z podobnym problemem w innej dziedzinie.

Jeden z najbardziej znanych badaczy dyfuzji, Everett Rogers, zajmujący się zjawiskiem rozprzestrzeniania się innowacji, definiował dyfuzję jako proces komunikowania. Jak twierdził, informacja o innowacji może być przekazywana dwoma kanałami: bezpośrednio, w efekcie kontaktu z aktorem społecznym, który innowację już implementował, oraz pośrednio – poprzez media. Rogersa interesowali przede wszystkim aktorzy społeczni przyjmujący nowe rozwiązania (adaptatorzy). Analizując badania empiryczne dotyczące przyjmowania innowacji, odkrył, że zależność między liczbą adaptatorów i czasem, w jakim przyjmują nowe rozwiązanie, ma postać krzywej o kształcie litery „S”. Na początku liczba jednostek przyjmujących innowacyjne rozwiązanie rośnie powoli, potem następuje gwałtowny wzrost, by na końcu się ustabilizować (Rogers 1983, s. 241–267). Rogers opracował też typologię

adaptatorów, u podstaw której leży stopień otwartości na nowość, oraz wyróżnić cechy innowacyjnych rozwiązań (atrybuty), które sprzyjają ich rozprzestrzenianiu (Rogers 1983, s. 210–238). Teoria dyfuzji Rogersa znajduje zastosowanie głównie do badania rozprzestrzeniania się innowacji technologicznych, natomiast nie jest w stanie w pełni wyjaśnić procesu rozprzestrzenia się praktyk społecznych, polityk czy instytucji. Powodem tego jest pominięcie w niej roli propagatorów nowych rozwiązań oraz faktu, że dyfuzja nie musi prowadzić do homogenizacji. Jak wskazują Sidney Tarrow (2005) czy Fabrizio Gilardi (2012), w procesie dyfuzji zjawisk społecznych często dochodzi do zmian, które wynikają między innymi z konieczności dostosowania zapożyczonych rozwiązań do lokalnych warunków. Zaletą podejścia Rogersa jest natomiast definiowanie dyfuzji jako procesu komunikacji i zwrócenie uwagi na kanały komunikacji.

Dla badaczy wywodzących się z socjologii, nauk politycznych i stosunków międzynarodowych punktem wyjścia do rozważań nad dyfuzją nie jest innowacyjność danego rozwiązania, ale sam fakt jego pojawiania się w różnych miejscach. Dyfuzję definiują zatem jako proces, w wyniku którego dochodzi do rozprzestrzenia się nowych idei, praktyk, polityk i instytucji (Strang, Meyer 1993; Simmons, Dobbin, Garrett 2008; Gilardi 2012). W swoich rozważaniach koncentrują się na relacji, jaka łączy propagatora danych rozwiązań z ich odbiorcami. Jak wskazują, propagatorami i odbiorcami mogą być ci sami aktorzy: rządy, samorządy, organizacje regionalne jak Unia Europejska, czy – jak wskazuje coraz więcej badań – różnego rodzaju formalne i nieformalne sieci, których celem jest stworzenie międzynarodowych standardów (McNamara 2002; Haas 1992). Relacje, które łączą propagatora i odbiorcę, różnią się, jeśli chodzi o intensywność interakcji, jak również stopień zaangażowania propagatora. Mamy tutaj do czynienia z całym spektrum możliwości. Na jednym jego końcu sytuują się przypadki, gdy propagator narzuca bądź wymusza na odbiorcy przyjęcie konkretnych rozwiązań. Przykładem może być dyfuzja polityk rozwoju regionalnego w Europie Centralnej wymuszona przez Unię Europejską (UE) wraz z akcesją krajów regionu do wspólnoty (Bruszt 2005). Na drugim końcu plasują się zaś sytuacje, gdzie propagator nie bierze udziału w procesie dyfuzji, a jest jedynie modelem i źródłem inspiracji (izomorfizm) (DiMaggio, Powell 1983).

W badaniach nad dyfuzją można wyodrębnić trzy mechanizmy, które wyjaśniają, kiedy i w jakich okolicznościach dochodzi do niewymuszonej dyfuzji. Te mechanizmy to: społeczne uczenie się (*social learning*), konkurencja (*competition*) oraz emulacja (*emulation*). U ich podstaw leżą dwie odrębne logiki działania aktorów społecznych, czyli instrumentalna i normatywna racjonalność (March, Olsen 1998; Habermas 1981). Instrumentalna racjonalność to główne założenie społecznego uczenia się i konkurencji. W pierwszym przypadku do rozprzestrzeniania się dochodzi, gdy przedmiot dyfuzji jest postrzegany jako skuteczne rozwiązanie

lokalnych problemów (Gilardi 2016). Biorcy szukają zatem rozwiązań i zdobywają wiedzę o tym, jak z podobnymi problemami radzono sobie gdzie indziej. Drugi przypadek można zaobserwować, gdy społeczność lokalna przyjmuje dane rozwiązanie, by polepszyć swoją pozycję konkurencyjną. Z kolei normatywna racjonalność jest zasadniczym elementem emulacji. W tym przypadku propagatorzy postrzegają siebie jako swojego rodzaju misjonarzy, którzy dysponują właściwym modelem i chcą się nim dzielić. W tym kontekście istotna jest wspólnota, normy i symbole, do których odwołują się aktorzy społeczni, a rozwiązanie nie musi działać, by biorcy chcieli je zastosować u siebie (Finnemore, Sikkink 1998).

Ponadto badacze zajmujący się transnarodowymi organizacjami wskazują, że rozprzestrzenianiu się promowanych przez te organizacje rozwiązań sprzyja rodzaj pomocy, jaką są one w stanie zaoferować aktorom społecznym zainteresowanym ich wdrożeniem (Bruszt, McDermott 2014). Skuteczne wprowadzenie innowacji jest bowiem słabym ogniwem w procesie dyfuzji. Mimo iż odbiorca uważa, że dane rozwiązanie jest dobre, pożyteczne czy nawet niezbędne, może mieć nadal problem z jego zastosowaniem ze względu na brak środków czy niewystarczającą wiedzę, jak je wdrożyć. Stąd też ci propagatorzy, którzy oferują pomoc w zakresie finansowania i rozwiązywania bieżących problemów, przyczyniają się do dyfuzji w większym stopniu niż ci, którzy tego nie robią.

Różnorodność podejść do zjawiska dyfuzji i brak jednolitej teorii sprawiają, że do wyjaśnienia rosnącej popularności idei tematyizacji wsi stosujemy podejście, które czerpie z każdej z omówionych powyżej koncepcji. Z koncepcji Rogersa wykorzystujemy konceptualizację dyfuzji jako procesu komunikacji innowacyjnej idei. W naszym przypadku przedmiotem dyfuzji jest nowa w polskiej rzeczywistości idea aktywizacji społeczności wiejskiej poprzez tematyzację (Idziak, Idziak 2015). Bazując na podejściu Rogersa, będziemy w stanie ustalić kanały, którymi komunikowana była idea wioski tematycznej. Podejścia socjologiczne pozwalają nam nie tylko zidentyfikować propagatorów tej idei i jej odbiorców, ale również ustalić, jaki mechanizm sprawił, że idee te zostały uznane za warte implementacji. Ponadto pozwalają zwrócić uwagę na sam proces implementacji i wpływ dostępności pomocy merytorycznej i finansowej na tempo rozprzestrzeniania się nowych rozwiązań.

4. Tematyizacja wsi: idea, kanały komunikacji, motywacje i implementacja

Idea wsi tematycznej wywodzi się z koncepcji odnowy wsi, która zrodziła się w Austrii i Niemczech, a następnie rozprzestrzeniła na inne kraje europejskie (Idziak, Wilczyński 2013). U jej podstaw leży przekonanie, że rozwój wsi powinien następować w sposób, który pozwala na zachowanie jej specyficznego charakteru, bez ryzyka zbytniego „umiastowienia”, a jednocześnie nie zmienia wsi

w skansen. Początki takiego myślenia o rozwoju wiejskim sięgają lat 50. XX w., kiedy to w Niemczech Zachodnich rozpoczęto modernizację wsi i jej odnowę urbanistyczną. Niejednokrotnie skutkowało ona zniszczeniem tradycyjnej zabudowy oraz osłabieniem tkanki społecznej. W reakcji na to zjawisko pojawiły się organizacje i grupy badawcze, które starały się zwrócić uwagę na zagrożenia płynące z modernizacji. Dzięki prowadzonym przez nie akcjom tematem zainteresował się Parlament Europejski, który pod koniec lat 80. przeprowadził „Europejską Kampanię na Rzecz Rozwoju Środowisk Wiejskich”. Jej celem było uświadomienie decydentom, że odnowa wsi powinna rozwijać się równolegle na kilku płaszczyznach: w gospodarce, w architekturze, życiu społecznym i środowisku naturalnym.

W 1994 r. transnarodowa organizacja pozarządowa o nazwie Europejska Rada na Rzecz Rozwoju Wsi i Małych Miast (ECOVAST) opracowała „Strategię dla Wiejskiej Europy”, która zastąpiła koncepcję modernizacji koncepcją odnowy wsi. Od tego czasu coraz więcej uwagi poświęca się społeczności wiejskiej, między innymi poprzez zwiększenie reprezentacji wsi podczas tworzenia planów i projektów, jak również wykorzystanie (i rozwijanie) talentów mieszkańców dla dobra społeczności. Istotnym elementem rozwoju europejskiego ruchu odnowy wsi były ustalone w 1996 r. zasady „konceptji rozwoju terenów wiejskich i odnowy wsi w Europie”, opracowane przez Europejską Wspólnotę Roboczą do spraw Rozwoju Obszarów Wiejskich i Odnowy Wsi. Jednym z widocznych przejawów materializowania się idei odnowy wsi jest tworzenie wiosek tematycznych. Pierwsze z nich powstawały już w 1992 r., a w sposób zorganizowany zaczęły być tworzone w 2000 r. w Dolnej Austrii przy wsparciu lokalnych władz i funduszy europejskich.

Zaczątek polskich wiosek tematycznych to wioska wierzby – Wierzbinek, której początki sięgają 1997 r.⁴ Wsią niejako modelową, której udało się osiągnąć sukces i od której zaczęła się popularność tematyki, jest Sierakowo Sławieńskie, znane obecnie jako Wioska Hobbitów. Pomysł na stworzenie wioski tematycznej został zaproponowany przez socjologa, Waława Idziaka, podczas prac nad aktualizacją strategii rozwoju tej popegeerowskiej gminy borykającej się z problemem bezrobocia i odpływu mieszkańców (Wioska z pomysłem 2010). Na fali spodziewanej popularności filmu *Władca Pierścieni* (było to na rok przed jego planowaną premierą) na temat przewodni wybrano Hobbitów. Koncepcję, która zakładała przygotowanie atrakcji turystycznych, takich jak gry terenowe, ścieżki tematyczne, warsztaty oraz cykliczne imprezy, udało się wdrożyć dzięki grantom pozyskanym z Fundacji Wspomagania Wsi, Fundacji Akademia Rozwoju Filantropii w Polsce, Fundacji

⁴ Była ona tworzona w ramach projektu Phare nr P 9312/08-01/470P, pt. „Szkolenie liderów środowisk wiejskich w zakresie praktycznego przygotowania lokalnych programów rozwoju oraz w zakresie tworzenia rolniczych grup marketingowych”.

Batorego i Polsko-Amerykańskiej Fundacji Wolności. Jednak impulsem do dalszego rozwoju, który przyczynił się do ugruntowania Wioski Hobbitów i poszerzenia oferty, były fundusze unijne. W 2005 r. powstała organizacja pozarządowa Partnerstwo „Razem”, której celem było wzmocnienie Sierakowa, utworzenie kolejnych wsi tematycznych, jak również opracowanie modelu tworzenia wioski oraz upowszechnianie tej idei⁵. Partnerstwo „Razem”, w którego skład weszła Fundacja Wspomagania Wsi (FWW) oraz kilka stowarzyszeń lokalnych, otrzymało na ten cel 2,6 mln zł (całkowity koszt programu wyniósł 3,5 mln zł) z Europejskiego Funduszu Społecznego w ramach Programu Inicjatywy Wspólnotowej Equal. Efektem programu było powstanie w województwie zachodniopomorskim czterech kolejnych wiosek⁶. Ponadto powstał przewodnik metodyczny: „Wymyślić wieś od nowa. Wioski tematyczne” (Idziak 2008), strona internetowa poświęcona wioskom oraz materiały szkoleniowe. Partnerstwo „Razem” nawiązało współpracę również ze wsiami z Portugalii, Słowacji i Włoch w ramach ponadnarodowego partnerstwa Eurovillage. Projekt ten został nagrodzony przez Ministerstwo Rozwoju Regionalnego i Komisję Europejską (FFW).

Modelowym rozwiązaniem wypracowanym w województwie zachodniopomorskim zainteresowały się inne fundacje i stowarzyszenia. Na przykład w 2008 r. Forum Inicjatyw Rozwojowych popularyzowało ideę tworzenia wsi tematycznych na Podlasiu, organizując spotkania informacyjne oraz wyjazdy do zachodniopomorskich wsi tematycznych. Z kolei Fundacja Prym zrzeszająca pięć gmin w województwie łódzkim starała się zarazić tą ideą ich mieszkańców, organizując warsztaty ze specjalizacji wsi oraz wyjazdy studyjne do modelowych wsi w województwie zachodniopomorskim (Jesionowska-Zawadzka 2011). Obie te inicjatywy uzyskały wsparcie z Funduszu EQUAL. Jak wynika z wywiadów telefonicznych przeprowadzonych wśród przedstawicieli ponad 60 wiosek w 2013 r. oraz ankiet⁷ zebranych w 2016 r., początkowo mieszkańcy wsi zazwyczaj dostawali propozycję utworzenia wioski tematycznej od kogoś z zewnątrz, np. władz gminy lub organizacji pozarządowej. Z czasem coraz częściej dowiadywali się o wioskach dzięki bliskości geograficznej lub z mediów (zazwyczaj lokalnych). Po pewnym czasie tworzenie wiosek tematycznych pojawiło się również w programach szkoleń dla stowarzyszeń.

Jedna z inicjatorek powstania wsi „Biegun Zimna i Sera” w Wiżajnach tak opisuje sposób, w jaki dowiedziała się o wsi tematycznej: „Gdy zostałam prezesem

⁵ <http://fundacjawspomaganiawsi.pl/activity/partnerstwo-razem-ramach-inicjatywy-wspolnotowej-equal/> [dostęp: 20.09.2017].

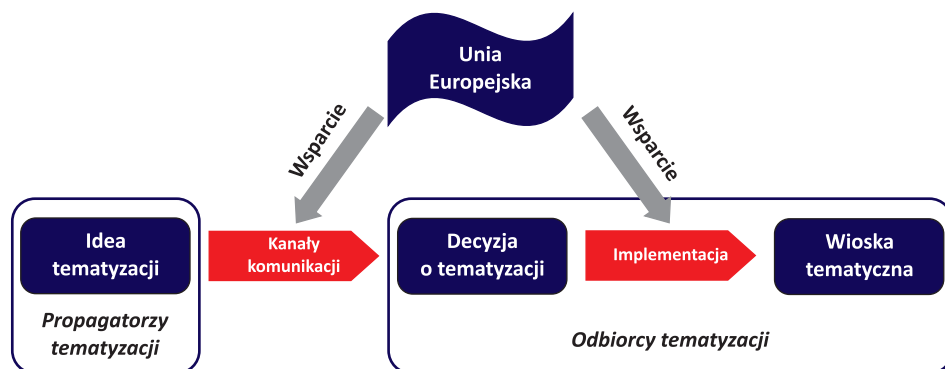
⁶ Te wioski to: Dąbrowa – Wioska Zdrowego Życia, Iwięcino – Wioska Końca Świata, Paproty – Wioska Labiryntów i Podgórki – Wioska Bajki i Rowerów.

⁷ Ankieta została przeprowadzona na I Ogólnopolskim Kongresie Wiosek Tematycznych wiosną 2016 r. Spośród zarejestrowanych przedstawicieli 54 wiosek odpowiedzi udzieliło 38 osób.

[stowarzyszenia Macierzanka powstałego do promocji serów regionalnych – przyp. autorki], zastanawiałam się, co możemy jeszcze robić. Korzystałam z kursów i szkoleń. Tam usłyszałam o wioskach tematycznych” (Fandrejewska 2013). Stosunkowo niewielka część osób dowiedziała się o idei tematykacji z mediów, pomimo pojawiających się publikacji i programów. Na przykład Partnerstwo „Razem” promowało ideę wsi tematycznych w 40-minutowym materiale, który ukazał się telewizji Polsat oraz w stacji TVN.

Wraz z unijną perspektywą budżetową na lata 2007–2013 inicjatorzy tworzenia wiosek uzyskali możliwość korzystania ze wsparcia w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki, pozyskując granty w wysokości do 50 000 złotych. Pieniądze te mogły być w przeważającej większości wydane na różnego rodzaju szkolenia (w tym dotyczące tworzenia wioski tematycznej i obsługi turystów), a także na wizyty w istniejących już wioskach i pomoc w znalezieniu lidera lokalnego. Pieniądze musiały być spożytkowane przede wszystkim na rozwój osób, które tworzą wioskę. Z tych środków skorzystało między innymi Elbląskie Stowarzyszenie Wspierania Inicjatyw Pozarządowych propagujące ideę wiosek na Warmii i Mazurach. W okresie od 2008 do 2015 r. Waław Idziak wraz z żoną i synem kontynuował prace upowszechniające wioski tematyczne i pracował w sumie w 70 wsiach na terenie całej Polski oraz na Ukrainie.

Na rysunku 3 przedstawiono sposób, w jaki idea tematykacji, czyli coś niematerialnego, rozprzestrzeniła się Polsce i urzeczywistniła w postaci utworzenia ponad 100 wiosek tematycznych. Można wyodrębnić głównych aktorów procesu dyfuzji: propagatorów idei, jej odbiorców oraz instytucje Unii Europejskiej, które ułatwiały proces rozprzestrzeniania się idei oraz jej implementację.



Rysunek 3. Proces dyfuzji idei wsi tematycznej

Figure 3. The diffusion of the idea of thematic villages

Źródło: opracowanie własne.
Source: Own study.

Proces dyfuzji idei tematykacji nabiera tempa, ponieważ w 2016 r. część wiosek założyła ogólnopolską sieć wiosek tematycznych. Przynależność do niej nakłada na członków niewielkie zobowiązania, np. posiadanie oferty dla turystów w wymiarze nie mniejszym niż określony w regulaminie (limit ten nie jest wygórowany). Z ankiety przeprowadzanej wśród uczestników kongresu założycielskiego wynika, że przedstawiciele wiosek oczekują od sieci przede wszystkim rozwoju, współpracy i wsparcia. Prawie 40% respondentów widzi sieć jako okazję do wspólnej promocji i prowadzenia marketingu, tyle samo oczekuje wymiany doświadczeń pomiędzy wioskami i wspólnej edukacji. Na pomoc w pozyskiwaniu funduszy i wspólnym przygotowywaniu projektów liczyło 13%. Stworzenie organizacji zrzeszającej wioski tematyczne oznacza instytucjonalizację pomysłu, co może spowodować ujednoczenie oferty, chociaż może też mieć skutek odwrotny – poszerzenie oferty dzięki wymianie informacji. Jeżeli współpraca pomiędzy wioskami w ramach ogólnopolskiej sieci będzie satysfakcjonująca, zrzeszenie może zwiększyć widoczność wiosek w przestrzeni publicznej, a co za tym idzie – spowodować dalszy wzrost zainteresowania tą ideą.

5. Podsumowanie i wnioski

Co sprawia, że wiejskie społeczności interesują się tematykacją na tyle, by chcieć wcielić ją w życie? Jak pokazują poszczególne studia przypadków, tam, gdzie powstały wsie tematyczne, istniała przestrzeń do zmiany. Pierwsze wsie utworzono na terenach borykających się z wyzwaniami rozwojowymi i problemami społecznymi takimi jak bezrobocie i wyludnienie (Bielski 2011; Czapiewska 2012). Tematykacja oferowała nowy sposób radzenia sobie z istniejącymi problemami. Była postrzegana przez liderów wiejskich, lokalne władze i mieszkańców jako szansa na zmianę oraz rozwiązanie, które może umożliwić pokonanie trudności rozwojowych i poprawienie codziennej egzystencji. W przypadku wspomnianego wcześniej Sierakowa idea stworzenia wioski tematycznej pojawiła się w momencie, gdy wieś stała przed koniecznością aktualizacji strategii rozwoju. W Karwnie inicjatywę zainteresował się Gminny Ośrodek Pomocy Społecznej, na co dzień próbujący rozwiązać problemy mieszkańców. W Wiżajnach szukano pomysłów na przyspieszenie rozwoju. Jednak atrakcyjność tematykacji nie wynika jedynie z tego, że oferuje ona nowy sposób rozwiązywania problemów, ale również z faktu, że sposób ten nie wiąże się z koniecznością ponoszenia dużych nakładów finansowych. Stworzenie wsi tematycznej wymaga przede wszystkim zaangażowania mieszkańców i współdziałania. Ponadto działanie takie nie stoi w sprzeczności z polityką rozwoju regionalnego, ma poparcie władz krajowych i regionalnych, co m.in. znajduje odzwierciedlenie w nagrodach przyznawanych wsiom tematycznym oraz przejawia się w możliwości

pozyskania wsparcia finansowego na utworzenie wsi tematycznej. Wszystkie te elementy wskazują, że mechanizmem stojącym za dyfuzją tego rozwiązania jest mechanizm społecznego uczenia się. Liderzy wiejscy szukają bowiem pragmatycznych sposobów rozwiązywania konkretnych problemów i postrzegają tematyzację w tym pomocną.

Zastosowanie teorii dyfuzji do analizy zjawiska powstawania wiosek tematycznych pozwala nam lepiej zrozumieć, w jaki sposób dochodzi do rozprzestrzenia się nowych koncepcji rozwojowych na wsi. Wskazujemy, że propagatorami tworzenia wiosek tematycznych w Polsce byli początkowo badacze wsi. Bardzo dużą rolę w jej rozprzestrzenianiu się odegrał, zwłaszcza w początkowym okresie, Waław Idziak oraz jego rodzina. Idziakowie do dyfuzji idei wykorzystywali przede wszystkim bezpośredni kontakt z członkami społeczności wiejskiej (w tym z władzami i wiejskimi aktywistami), uczestnicząc w spotkaniach i organizując szkolenia, warsztaty oraz wyjazdy studyjne. Po kilku latach, wraz z rosnącą liczbą wiosek, idea zyskała kolejnych propagatorów wśród organizacji pozarządowych i samych mieszkańców wsi.

Tworzenie wiosek zajmuje coraz mniej czasu, a czynnikiem sprzyjającym ich popularności są sukcesy pierwszych ośrodków podejmujących to wyzwanie. Idea wsi tematycznej zyskała popularność, ponieważ była postrzegana jako atrakcyjny sposób radzenia sobie z wyzwaniami rozwojowymi. Jako rozwiązanie niskokosztowe, wpisujące się w szerszą koncepcję rozwoju regionalnego, stanowi racjonalną opcję dla mieszkańców szukających sposobów na rozwój wsi. Jednocześnie warto zauważyć, że w procesie dyfuzji dużą rolę odegrały instytucje Unii Europejskiej, oferując fundusze na szkolenia i akcje informacyjne o tej idei, co znacząco ułatwiło jej implementację. Jest to zgodne z wynikami badań Jerzego Wilkina (2008), który wskazuje, że ze wszystkich działań podejmowanych na polskiej wsi integracja europejska miała najsilniejszy wpływ na jej modernizację. Badacze zajmujący się europeizacją, czyli wpływem Unii Europejskiej na tempo i kształt zmian w politykach nowych krajów członkowskich (np. Börzel 2005; Grosse 2002), wskazują, że Unia nie tylko wymusza i narzuca preferowane przez siebie rozwiązania krajom transformującym, ale też wspiera różnorodne działania i instytucje powstające oddolnie, o ile wpisują się one w strategiczne dokumenty programowe Unii Europejskiej. Wówczas takie inicjatywy mają szanse na pozyskanie finansowania z unijnego budżetu. Od 1997 r. i przyjęcia Agendy 2000 w unijnej polityce akcentowane jest wielofunkcyjne podejście do rozwoju wsi i rolnictwa (Adamowicz 2005; Grosse, Hardt 2010), a wsie tematyczne, jak dowodzą Waław Idziak i Ryszard Wilczyński (2013), wpisują się w ten model rozwojowy.

Bibliografia

- Adamowicz M. (2005). Wielofunkcyjne rolnictwo w rozwoju obszarów wiejskich. W: M. Kłodziński, W. Dzun (red.). *Rolnictwo a rozwój obszarów wiejskich* (s. 32–56). Warszawa: Instytut Rozwoju Wsi i Rolnictwa PAN.
- Bielski P. (2011). Karwno. W stronę wsi uczącej się. *Zrównoważony Rozwój — Zastosowania*, 2, 38–49.
- Börzel T.A. (2005). Europeanization: How the European Union interacts with its member states. W: S. Bulmer, Ch. Lequesne (red.). *The Member States of the European Union* (s. 45–77). Oxford, New York: Oxford University Press.
- Bruszt L. (2005). *Governing sub-national/regional institutional change: Evolution of regional (sub-national) development regimes – challenges for institution building in the CEE countries and sub-national institutional experimentation*. Research report for the New Modes of Governance integrated project; maszynopis.
- Bruszt L., McDermott G. (2014). *Leveling the Playing Field: Transnational Regulatory Integration and Development*. Oxford: Oxford University Press.
- Czapiewska G. (2012). Wioski tematyczne sposobem na aktywizację gospodarczą i społeczną regionu. *Studia i Materiały. Miscellanea Oeconomicae*, 16 (1), 109–123.
- DiMaggio P.J., Powell W.W. (1983). The iron cage revisited: Institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. *American Sociological Review*, 48 (2), 147–160.
- Działek J. (2011). *Kapitał społeczny jako czynnik rozwoju gospodarczego w skali regionalnej i lokalnej w Polsce*. Kraków: Uniwersytet Jagielloński.
- Fandrejewska A. (2013). Innowacje, które wyrastają z tradycji. *Rzeczpospolita*, 6.03.2013.
- Finnemore M., Sikkink K. (1998). International norm dynamics and political change. *International Organization*, 52 (4), 887–917.
- FFW. <http://fundacjawspomaganiawsi.pl/activity/partnerstwo-razem-ramach-inicjatywy-wspolnotowej-equal/> [dostęp: 20.09.2017].
- Gilardi F. (2012). Transnational diffusion: Norms, ideas, and policies. W: W. Carlsnaes, T. Risse-Kappen, B. Simmons (red.). *Handbook of International Relations* (s. 453–477). London, Thousand Oaks: Sage Publications.
- Gilardi F. (2016). Four ways we can improve policy diffusion research. *State Politics & Policy Quarterly*, 16 (1), 8–21.
- Głuszak B. (2012). Miejscowości tematyczne na Warmii i Mazurach. W: B. Głuszak (red.). *Tam, gdzie miejsca mają duszę. Model tworzenia miejscowości tematycznych* (s. 14–19). Elbląg: Elbląskie Stowarzyszenie Wspierania Inicjatyw Pozarządowych.
- Grosse T.G. (2002). Członkostwo Polski w Unii Europejskiej. Pierwsze problemy i kryzysy w prowadzeniu polityki regionalnej w Polsce, a szczególnie w wykorzystaniu środków z funduszy strukturalnych. W: U. Kurczewska, M. Kwiatkowska, K. Sochacka (red.). *Polska w Unii Europejskiej: Początkowe problemy i kryzysy?* (s. 293–302). Warszawa: Polski Instytut Spraw Międzynarodowych.
- Grosse T.G., Hardt Ł. (2010). *Sektorowa czy zintegrowana, czyli o optymalnej strategii rozwoju obszarów wiejskich*. Warszawa: „Pro Ekonomia” Fundacja Ewaluacji i Badań Ekonomicznych.

- Halamska M. (2008). Kapitał społeczny wsi. Próba rekonstrukcji. *Przegląd Socjologiczny*, 57 (1), 81–104.
- Haas P. (1992). Epistemic communities and international policy coordination. *International Organization*, 46, 1–36.
- Habermas J. (1981). *Theories of Communicative Action*. Boston: Beacon Press.
- Idziak W. (2008). *Wymyślić wieś od nowa. Wioski tematyczne*. Koszalin: Alta Press.
- Idziak M., Idziak W. (2015). Potencjał innowacyjny tematyzacji w turystyce wiejskiej i rozwoju wsi. W: W. Kamińska (red.). *Innowacyjność w turystyce wiejskiej a nowe możliwości zatrudnienia na obszarach wiejskich* (s. 19–33). Studia KPZK PAN, 163. Warszawa: Komitet Przestrzennego Zagospodarowania Kraju PAN.
- Idziak W., Wilczyński R., (2013). *Odnowa wsi. Przestrzeń, ludzie, działania*. Warszawa: Fundacja Programów Pomocy Dla Rolnictwa (FAPA).
- Jankun M., Janicka E., Woźnicki P., Furgała-Selezniow G. (2016). Rozwój turystyki wiejskiej w gminie Golub-Dobrzyń na przykładzie wiosek tematycznych. W: S. Graja-Zwolińska, A. Spychała, K. Kasprzak (red.). *Turystyka wiejska. Zagadnienia przyrodnicze i kulturowe*. T. 2 (s. 122–129). Poznań: Katedra Turystyki Wiejskiej, Uniwersytet Przyrodniczy w Poznaniu; Wieś Jutra.
- Jesionowska-Zawadzka R. (2011). *Kreatywny region w praktyce: Wioski tematyczne na obszarze działania Fundacji „PRYM”*. Referat na Regionalny Kongres Kultury, Łódź, 27–29.10.2011.
- Kłoczko-Gajewska A. (2015). Działalność wiosek tematycznych w Polsce i wstępna ocena jej efektów. *Roczniki Naukowe Ekonomii Rolnictwa i Rozwoju Obszarów Wiejskich*, 102 (3), 104–111.
- Kukliński A. (2003). O nowym modelu polityki regionalnej. Artykuł dyskusyjny. *Studia Regionalne i Lokalne*, 4 (14), 5–15.
- Maćkowiak M., Seelieb P. (2009). Wioski tematyczne jako forma aktywizacji turystycznej obszarów wiejskich. W: I. Sikorska-Wolak (red.). *Turystyczne funkcje obszarów wiejskich* (s. 35–43). Warszawa: Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego.
- March J., Olsen J. (1998). The institutional dynamics of international political orders. *International Organization*, 52, 943–969.
- McNamara K. (2002). Rational fictions: Central bank independence and the social logic of delegation. *West European Politics*, 25 (1), 47–76.
- Post L. (2005). Standards and regulatory capitalism: The diffusion of food safety standards in developing countries. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 598 (1), 168–183.
- Ryan B., Gross N.C. (1943). The diffusion of hybrid seed corn in two Iowa communities. *Rural Sociology*, 8, 15–24.
- Rogers E. (1983). *Diffusion of Innovations* (wyd. 3). New York: The Free Press.
- Simmons B., Dobbin F., Garrett G. (2008). *The Global Diffusion of Markets and Democracy*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Strang D., Meyer J. (1993). Institutional conditions for diffusion. *Theory and Society*, 22, 487–451.
- Tarrow S. (2005), *The New Transnational Activism*. New York: Cambridge University Press.

- Wieruszewska M. (2002). Społeczność wiejska. Podstawy samoorganizacji. W: M. Wieruszewska (red.). *Samoorganizacja w społecznościach wiejskich. Przejawy – struktury – zróżnicowania* (s. 12–90). Warszawa: Instytut Rozwoju Wsi i Rolnictwa PAN.
- Wilkin J. (2008). Ewolucja paradygmatów rozwoju obszarów wiejskich. *Wiś i Rolnictwo*, 3 (140), 18–28.
- Wioska z pomysłem. *Rzeczpospolita*, 26.05.2010.

The Spread of Thematic Village Idea in Poland

Abstract: Since 1997, more and more thematic villages have been emerging in Poland. Their development is based on a specific idea, such as a craft, fairy-tale, or a product. An idea to create such villages came from Austria and Germany, and during the first few years it was materialised based on grants from several foundations and the UE. The idea was spreading partly in an organised way (through development plans and community involvement programmes), and partly spontaneously. For the vitality and development of this idea it was essential to have a devoted promoter who wrote a handbook on thematic villages establishment.

Keywords: diffusion of ideas, thematic villages, rural development.