

MARIA IDZIAK

Koszalińskie Towarzystwo Społeczno-Kulturalne

WACŁAW IDZIAK

Uniwersytet Szczeciński

POTENCJAŁ INNOWACYJNY TEMATYZACJI W TURYSTYCE WIEJSKIEJ I ROZWOJU WSI

Abstract: The Potential of Innovative Thematic Specialization in Rural Tourism and Rural Development. Theming rural areas, or creating theme villages, is increasingly often mentioned among the solutions applied in rural tourism, as well as among a widely understood solutions for economical, social and cultural activation of rural areas inhabitants. The innovative approach presented by this solution is also a matter of appreciation. The goal of the paper is to show the innovative potential of theming in the rural tourism and rural development. It seems to be significant for rural areas to look for a new ways of development, facing the changes in worldwide economics and global ways of social life. The results of the research, conducted with use of the Participatory Action Research method, are the basis for the conclusions of the paper. Innovations are analyzed both from the business perspective (business innovations), as well as from the social perspective (social innovations). The research conclusions clearly show, that a theme villages are the example of business and social innovations of a large potential.

Key words: Innovation theming, interpretation, rural development, rural tourism, theme village.

Wstęp

Tematyzacja jest zabiegiem polegającym na wyborze, rozwijaniu i eksploatowaniu na wielu polach i płaszczyznach tematu, motywu przewodniego miejsc, wydarzeń, czy osób. Jest to tworzenie opowieści wykorzystujących wybrany motyw, temat. Z tym że opowieści te służą w głównej mierze celom marketingowym¹. Tematyzacja, szczególnie w odniesieniu do tworzenia wiosek tematycznych, wymieniana jest coraz częściej wśród rozwiązań stosowanych w turystyce wiejskiej oraz w ogólnie pojętej

¹ Marketing miejsc, wydarzeń i osób.

aktywizacji gospodarczej i społeczno–kulturowej mieszkańców wsi [Bielski 2011, s. 38-49; Głuszak 2012, Idziak 2008; Kłoczko–Gajewska 2013, s. 60-63; Thieme, Birkigt 2006 s. 15-21]. Podkreślana jest także innowacyjność tego rozwiązania. Widziana jest ona z perspektywy innowacyjności w turystyce [Krzyżanowska 2013, s. 14-15], a także, z uwzględnieniem turystyki, z perspektywy innowacji w obszarze aktywizacji społecznej i gospodarczej [Bielski, Idziak 2011, s. 38-47; Czapiewska 2012, s. 117; Kłoczko-Gajewska 2014, s. 49-59; Wacięga 2011, s. 86].

Celem prezentowanego opracowania jest pokazanie istniejących i potencjalnych innowacji wynikających z tematyizacji w aspekcie tworzenia wiosek tematycznych. Analizie poddane zostały innowacje w turystyce wiejskiej i w szeroko pojętym rozwoju wsi. Wydaje się to istotne ze względu na poszukiwanie szans rozwojowych wsi wobec przemian w gospodarce światowej i życiu społecznym. Analizie potencjału innowacyjnego tematyizacji w turystyce wiejskiej i w rozwoju wsi służyć będą odpowiedzi na następujące pytania:

- Jakiego typu innowacje wiążą się z wprowadzaniem tematyizacji wsi?
- Jakie są możliwości generowania kolejnych innowacji na bazie specjalizacji tematycznej wsi?

Materiałem empirycznym będącym podstawą do szukania odpowiedzi na powyższe pytania są informacje zebrane przez autorów w trakcie prac nad tworzeniem wiosek tematycznych. Od 2011 do 2014 r. autorzy, wspólnie lub osobno, pracowali w 70 wsiach prawie wszystkich polskich województw² oraz w sześciu wsiach obwodu czerkaskiego na Ukrainie³. W pracach tych wykorzystywano metodę współuczestniczących badań w działaniu (Participative Action Research). Za podstawowe założenia tego typu badań uznaje się pragmatyczne podejście, aktywne uczestnictwo społeczności w procesie badawczym, powiązanie rezultatów z praktycznymi aspektami życia i (lub) pracy uczestników badań [Stringer 1996, s. xvi]. Współuczestniczące badania w działaniu są procesem demokratycznym i emancypacyjnym. Polegają na łączeniu teorii z praktyką i służą rozwiązywaniu ważnych kwestii społecznych. W tego typu badaniach badacz nie stawia siebie w pozycji obiektywnego obserwatora, bliższa jest mu natomiast postawa animatora społecznego.

Stringer [1996, s. 16 - 17] wyróżnia następujące etapy tego typu badań:

- Obserwacja – gromadzenie informacji, budowanie obrazu sytuacji.
- Refleksja – analizowanie, stawianie hipotez, tworzenie teorii.
- Działanie – planowanie, wdrażanie planów, ewaluacja.

Etapy te nie stanowią linearnego procesu, lecz kompleks zachodzących na siebie i powtarzających się cyklicznie działań [Stringer 1996, s.17].

W pracy prowadzonej przez autorów współuczestniczące badania w działaniu wiązały się z wprowadzaniem wielu zmian: od zmian na poziomie indywidualnym do

² Z wyjątkiem woj. lubuskiego i śląskiego.

³ Por. [http://www.frdl.szczecin.pl/manager_pliki/51/2014_Ukraińskie%20tematyczne%20sie-
lo_ukr.pdf](http://www.frdl.szczecin.pl/manager_pliki/51/2014_Ukraińskie%20tematyczne%20sie-
lo_ukr.pdf).

zmian w skali wsi i zespołu wsi, od zmian dotyczących gospodarki do zmian w sferach społecznej i kulturowej, od zmian dotyczących mentalności do zmian w wyglądzie wsi. Tematyzacja była bardziej narzędziem wprowadzania zmian, niż celem samym w sobie. Nie była warunkiem zaistnienia innowacji, chociaż sprzyjała ich powstawaniu.

Innowacje będą określane zarówno z perspektywy biznesowej, czyli według metodologii Oslo⁴, jako wdrożenie: nowego lub znacznie ulepszanego produktu, dobra lub usługi (innowacje produktowe); nowego lub ulepszanego procesu (innowacje procesowe); nowej metody marketingowej (innowacje marketingowe); nowej metody organizacji (innowacje organizacyjne) [*Podręcznik Oslo*, s. 19], jak i z perspektywy społecznej (innowacje społeczne). Innowacje społeczne dotyczą nowych sposobów rozwiązywania problemów społecznych, nowych metod aktywizacji społecznej, nowych modeli funkcjonowania instytucji społecznych, nowych metod i sposobów wzmacniania wspólnotowości, nowych form organizacji czasu wolnego i działalności kulturalnej oraz edukacyjnej [Murray *et al.* 2010, s. 3].

1. Tematyzacja

Tematyzacja, to wybieranie tematu (motywu) przewodniego, który staje się podstawą do tworzenia produktów turystycznych, a także do nabywania, tworzenia i rozwijania identyfikacji miejsc i osób. Tematyzacja jest zabiegiem coraz częściej stosowanym przy tworzeniu różnego typu ofert, nie tylko turystycznych, w których na różne sposoby uwzględnia się doznania (przeżycia, emocje) konsumentów ale też prosumentów. Jest to rodzaj specjalizacji, w której wykorzystywane są głównie wartości symboliczne, niematerialne. Ich eksploatacja staje się domeną gospodarki doznań, a każde doznanie, które jest oferowane klientom powinno mieć swój temat [Pine, Gilmore 2011, s 72-74]. W wyniku specjalizacji tematycznej powstają tematyczne: parki, muzea, wystawy, restauracje, sklepy, a także miasta lub ich dzielnice, wsie i gospodarstwa.

Temat to przedmiot dyskusji, narracji, medytacji, kompozycji. Tematyzacja, czyli określenie i użycie tematu jako motywu przewodniego, wykorzystywana jest do tworzenia zintegrowanej przestrzeni konsumpcji [Gottdiener 2001, s. 74], do nabywania, tworzenia i rozwijania identyfikacji miejscowości i miejsc [Paradis 2004, s. 195-196], do tworzenia opartych na temacie przewodnim opowieści [Hajduk *et al.* 2013, s. 65-66]. Tematyzacja dotyczyć może bardzo różnych miejsc, obiektów, wydarzeń a nawet osób. Może także różnić się intensywnością stosowania od urządzania tematycznych

⁴ Nazwa metodologii pochodzi od nazwy podręcznika „Podręcznik z Oslo” (ang. Oslo Manual), w którym opisano międzynarodowe standardy w zakresie badań nad innowacjami w przemyśle oraz sektorze usług.

imienin i urodzin, przez projektowanie wnętrz, do tworzenia parków rozrywki oraz tematycznej stylizacji kasyn, muzeów, sklepów, kurortów, hoteli, restauracji i lotnisk [Lego *et al.* 2002, s. 61-74]. Tematy przewodnie od wieków były i nadal są wybierane przez wiele miast [Chang 2000, s. 35].

Rosnące znaczenie tematyizacji w turystyce wiąże się także z postępującymi zmianami w motywacjach do podróży. W mniejszym niż kiedyś stopniu wynikają one z potrzeby podróży do miejsc z idylliczną scenerią i klimatem, w większym zaś stopniu z potrzebą bycia w miejscu znanym, na swój sposób specyficznym, oferującym swoiste doznania [Wong, Cheung, 1995, s. 319-332].

W turystyce działania tego rodzaju są również odpowiedzią na zmianę trendów wyrażającą się przechodzeniem od turystyki określanej za pomocą trzech S (Sun, Sea, Sand – słońce, morze, piasek) do turystyki opartej na zasadzie 3 x E (Entertainment, Excitement, Education – rozrywka, ekscytacja, kształcenie) oraz z przechodzeniem od turystyki masowej i zunifikowanej, do turystyki, w której coraz bardziej liczy się autentyczność miejsc i przeżyć. Pogoń za autentycznością obraca się przeciw niej tak dalece, że parki tematyczne oferują obiekty, zdarzenia i przeżycia, wydające się bardziej realne niż w rzeczywistości.

Hanningan [1998, s. 195] w książce *Fantasy City* pokazuje, jak miasta amerykańskie, szukając dla siebie nowych szans w postindustrialnej gospodarce, transformują się w stronę miejsc rozrywki, wypoczynku i przygody.

Rośnie też znaczenie tematyizacji na obszarach wiejskich. Są one terenami lokalizacji zewnętrznych inwestycji tematycznych, a także przestrzenią do realizacji inicjatyw oddolnych związanych z tworzeniem tras, krain, wiosek i gospodarstw tematycznych [Idziak 2008, s. 50-55]. W Polsce tematyizacja na obszarach wiejskich dotyczy najczęściej tworzenia wiosek tematycznych, dlatego głównie na ich przykładzie pokazany będzie jej potencjał innowacyjny.

Wioska tematyczna nie jest remedium na wszelkie problemy wsi. Jest to zaledwie jedna z metod rozwoju obszarów wiejskich. Jej skuteczność zależy od wielu czynników. Wydaje się, że łatwiej utworzyć wioskę tematyczną na terenach o mniejszych szansach rozwojowych niż na terenach bardziej rozwiniętych gospodarczo. Pokazuje to rozkład terytorialny polskich wiosek tematycznych [Kłoczko-Gajewska 2014, s. 54].

Bariery w tworzeniu wioski tematycznej to najczęściej mała samodzielność organizacyjna i finansowa wsi, niedostatki kapitału ludzkiego i społecznego, nie mówiąc o finansowym, ograniczony zasób pomysłów na tworzenie tematów i ich wykorzystywanie, niedostateczne wsparcie ze strony samorządów lokalnych, ograniczona pula specjalistów z tego zakresu.

Tematyizacja niesie ze sobą również zagrożenia, najczęściej wymienianym jest disneizacja, czyli proces rozciągania reguł rządzenia i funkcjonowania parków tematycznych na coraz to nowe obszary życia społecznego [Bryman 2004]. Kolejne zagrożenie towarzyszące tworzeniu wiosek tematycznych, to możliwość skłócenia mieszkańców wsi na tle wyboru tematu i kierunków jego rozwoju. Podłożem konflik-

tów są też sprawy finansowe oraz organizacyjne. Źle wybrany temat rozwojowy wsi narażać może jej mieszkańców na śmieszność. Zagrożeniem jest też to, że wyróżnialność wioski i ujawnianie się nowych liderów bywa odbierana przez władze lokalne jako konkurencja w walce o władzę.

2. Tematyzacja – innowacje

Pierwsze próby stosowania tematyzacji jako narzędzia zmiany społecznej, przez tworzenie wiosek tematycznych, prowadzone były przez autorów we wsiach położonych w województwach zachodniopomorskim i pomorskim, w których kiedyś działały PGR⁵. W takich wsiach, wobec złożoności problemów, rutynowe działania aktywizacyjne odznaczały się niską skutecznością. Efektywność tych działań obniżona była też z tego powodu, że interwencja kierowana była najczęściej do wybranych osób, czy rodzin, gdy tymczasem problem dotyczył całej wsi, a nawet regionu. Były to też wsie o skromnych zasobach kapitałów rozwojowych, wsie w których mówiono „u nas nie ma nic ciekawego”.

Wobec niedostatku oczywistych, łatwo rozpoznawalnych składników kapitałów rozwojowych, ich poszukiwanie i odkrywanie dotyczyło często zasobów niszowych, albo z pozoru zwykłych, np. kręte drogi i ścieżki wsi Paproty, położenie wsi Sierakowo Sławieńskie w dolinie otoczonej lasami, daleko od dobrych dróg, z kęgamiami kamiennymi i pozostałościami młynów i innych budowli ukrytych w lasach. Dopiero rozszerzająca interpretacja tych zasobów, połączona z działaniami animacyjnymi, doprowadziła do tworzenia tematów wsi: wioski labiryntów i wioski hobbitów [Idziak 2009, 127-138]. Dość często mówiono później o tego typu zabiegach, że „zrobiono coś z niczego”.

Po upływie dziesięciu lat od pierwszych rynkowych i społecznych efektów tworzenia wiosek tematycznych w Polsce można powiedzieć, że weszły one do kanonu rozwiązań modelowych w zakresie turystyki wiejskiej i metod aktywizacji społecznej mieszkańców polskiej wsi [Czapiewska 2012; Głuszak 2012; Kłoczko-Gajewska 2013]. Z tej perspektywy można stwierdzić, że innowacyjna była sama istota wiosek tematycznych, przynajmniej na gruncie polskim, a także na Litwie, Łotwie⁶ i Ukrainie, gdzie zaczęto tworzyć wioski tematyczne posługując się modelem wypracowanym w Polsce [Gazikowa, Fenrych 2014]. Dodatkowym efektem pracy nad tworzeniem wiosek tematycznych jest powstawanie gospodarstw i świetlic tematycznych. Działają one albo w ramach wiosek tematycznych, albo jako osobne przedsięwzięcia [Fenrych 2014, s. 73 - 96].

Odwołując się do metodologii Oslo można wyróżnić następujące innowacje biznesowe wynikające z tematycznego podejścia do rozwoju wsi w podziale na ich rodzaje:

⁵ W tych wsiach, przy wsparciu programu EQUAL wypracowany został w latach 2005-2008 model tworzenia wioski tematycznej. Model ten był następnie upowszechniany w innych regionach. Pokłosiem tego upowszechniania jest funkcjonowanie w Polsce ok. 90 wiosek tematycznych.

⁶ Por. http://www.inppregion.lt/lt/teminiai_kaimai.

Innowacje produktowe

Wśród innowacji produktowych przeważają gry terenowe. Pierwszych pięć gier tego typu powstało w pięciu wioskach tworzonych w ramach programu Equal [Idziak 2008, s. 4], ok. 30 w efekcie upowszechniania modelu wiosek tematycznych. Na uwagę zasługuje to, że we wsiach tworzone są już gry bez udziału specjalistów z zewnątrz. Tak powstała w 2013 r. w wiosce hobbitów nocna gra terenowa pn. „Wyprawa po smocze jajo”. Innowacją wśród gier terenowych i w turystyce rowerowej jest stworzona także w wiosce hobbitów komercyjna rowerowa gra terenowa pn. „Wyprawa przez Mroczną Puszcze”.

W ofercie wiosek tematycznych dużo jest także różnego rodzaju zajęć warsztatowych. Takie zajęcia proponuje 86% wiosek tego typu [Kłoczko-Gajewska 2013, s.61]. Poziom innowacyjności tych zajęć jest zwykle lokalny i regionalny. Na tym poziomie umieścić można warsztaty: rękodzieła artystycznego, pieczenia chleba, filcowania, tkackie, ceramiczne, papiernicze. Zdarzają się jednak warsztaty, które są nowością w skali krajowej lub szerszej. Ich innowacyjność wynika z tworzenia oferty bardziej rozbudowanej i wielowątkowej, jak np. oferta wiejskiego SPA (sauna, masaże, zabiegi kosmetyczne, spanie na sianie) wsi Hołowno (Kraina rumianku), oferta Mikorowa (wioska ziół i kwiatów) – „Praktyczny kurs zielarstwa profilaktycznego” i „Kurs aromaterapii”, oferta Pożrzadła Wielkiego (Kraina kolorowego szkła) – „Warsztat rękodzieła szklanego i gra terenowa”.

Kolejna grupa innowacji to produkty będące połączeniem animacji i zajęć warsztatowych, jak np. tworzone wspólnie z biurami podróży oferty wsi Iwięcino (wioska końca świata): „Krucha tajemnica bombki choinkowej”, czy „Misiowa kraina na końcu świata”. Zaczątki tego typu produktów powstają też na Ukrainie, gdzie twórczo przetwarzane są wzory i pomysły wzięte z zachodniopomorskich wiosek tematycznych⁷.

Wśród innowacji produktowych powstałych w efekcie tematykacji wymienić można także:

- obiekty paramuzealne tworzone w wioskach tematycznych, np. Muzeum Smoków i Palantir w wiosce hobbitów, ekspozytyory interaktywne (muzea w szafie połączone z grammi planszowymi) w Iwięcinie i Dąbrowie;
- nowego typu gry i zabawy, nowe sprzęty do zabaw, np. gra Tadzik w Karwnie (wioska fantazji), gry katapultowe i disc golf (nowa gra na polskim gruncie)⁸ w Pa-protach (wioska labiryntów);
- nowego typu imprezy o specyficznym, nawiązującym do tematyki specjalizacji wsi charakterze, np. Jarmark Hobbitów w Sierakowie Sławieńskim, Urodziny Wojśława w Mikorowie, Fantazjada w Karwnie;
- urządzenie miejsc noclegowych w nawiązaniu do tematu wsi, np. schroniska turystyczne w Sierakowie i Mikorowie.

⁷ Por. Folder ukraińskich wiosek tematycznych: http://www.frdl.szczecin.pl/manager_pliki/51/2014_Ukrainskie%20tematyczne%20sielo_ukr.pdf.

⁸ Por. <http://www.disc-golf.pl/>.

Należy jeszcze zaznaczyć, że produkty turystyczne tworzone w wioskach tematycznych są zwykle niskonakładowe i niskoemisyjne. Ich tworzenie odbywa się przeważnie przy minimalnych nakładach finansowych i wiąże się z niewielkimi inwestycjami. Są to raczej inwestycje o charakterze niematerialnym w niewielkim stopniu obciążające środowisko naturalne. Dotyczą głównie przygotowania ludzi, scenariuszy zajęć oraz przestrzeni do zajęć. W wioskach tematycznych oferowane są gry, zabawy i zajęcia rękodzielnicze, do których używa się często materiałów z recyklingu oraz surowców naturalnych.

Innowacje marketingowe

W tym obszarze nie ma zbyt wielu innowacji, jednak za novum i odstępstwo od normy w tej dziedzinie można uznać ograniczone korzystanie z płatnych reklam na rzecz promocji przez tworzenie ciekawych opowieści, zdarzeń, zadziwianie, przyciąganie mediów. O wioskach tematycznych pisały najważniejsze gazety i tygodniki ogólnopolskie, prezentowały je ogólnopolskie stacje telewizyjne i radiowe. Zasadą przy tworzeniu atrakcji w pierwszych wioskach tematycznych było kreowanie takich zdarzeń i opowieści, żeby media same chciały o nich informować. Szukanie innych, niż płatne ogłoszenia, sposobów promocji wynikało w głównej mierze z oszczędności, ale także z oporów natury mentalnej „nie będziemy wydawać pieniędzy na darmo”.

Innowacje organizacyjne

Wioski tematyczne można potraktować w zasadzie jako przykład turystyki opartej na społeczności, tworzonej przez społeczność (Community Based Tourism). Jest to turystyka zarządzana przez społeczności lokalne, które aktywnie uczestniczą w tworzeniu oferty i jej obsłudze. W turystyce tej wykorzystywane są lokalne zasoby przyrodnicze i kulturowe [Idziak 2011, s. 54-55]. Ze względu na niedostatki finansów przy tworzeniu wiosek tematycznych główny nacisk kładziony jest na tworzenie produktów niematerialnych i ograniczanie wydatków na infrastrukturę. Dąży się przy tym do wykorzystania istniejących budynków i do ratowania przed dewastacją niepotrzebnych już stodoł, obór itp. obiektów. Oferta wsi i zarządzanie nią leży w gestii przedstawicieli społeczności lokalnej, a udział doradców z zewnątrz jest niewielki. Wioski reprezentowane są przez stowarzyszenia lub firmy założone przez ich mieszkańców. Dochody z turystyki prawie w całości pozostają do dyspozycji mieszkańców wsi. Zatrudnienie w wiosce tematycznej znajdują osoby z małymi kwalifikacjami formalnymi, które nie znalazłyby zatrudnienia w zwykłych formach turystyki. Tworzenie wiosek tematycznych skutkuje wzrostem samooceny mieszkańców, zaczynają oni także bardziej doceniać zasoby przyrodnicze i kulturowe swoich miejscowości. Można zauważyć, że poprawia się estetyka wsi, a ich mieszkańcy wzmacniają się w swojej obywatelskości.

Inną innowacją organizacyjną jest turystyka jednodniowa, czyli przyjmowanie turystów na kilka godzin, bez noclegów. Wynika ona w głównej mierze z niedostatku miejsc noclegowych i oporów przed przyjmowaniem turystów na nocleg w swoich

domach. Miejsc noclegowych zaczyna przybywać dopiero kilka lat po wprowadzeniu na rynek oferty wsi w formie turystyki jednodniowej. Jednodniowy charakter produktów zachodniopomorskich wiosek tematycznych przyczynił się do tworzenia sieci współpracy tych wiosek i do przygotowania wspólnej 3-4 dniowej oferty skierowanej głównie do grup studyjnych.

Ograniczeniem w korzystaniu z ofert wielu wiosek tematycznych są koszty dojazdu do nich, dotyczy to szczególnie grup szkolnych. Z tego względu niektóre wioski mają także ofertę wyjazdową.

Do innowacji organizacyjnych zaliczyć można także sposób organizowania się mieszkańców wsi do zarządzania i obsługi ofert. Można powiedzieć, że kolejne zmiany i usprawnienia w organizowaniu się mieszkańców wsi postępują wraz z dojrzewaniem jej oferty. Ten typ organizacji można by nazwać „organizacją idącą za działaniami”. Społeczny charakter turystyki utrudnia z zasady zarządzanie jednoosobowe, dlatego w wielu wsiach mamy do czynienia z występowaniem tzw. lidera zbiorowego - funkcje liderские są podzielone na kilka osób. W wioskach tematycznych mamy też do czynienia ze swoistym ujawnianiem się liderów [Praszkier, Nowak 2012, s. 96-103]. Wyłaniają się oni w trakcie działania. Wcześniej niektóre z tych osób nie wykazywały się aktywnością, nie udzielały się, były nawet na uboczu. Dopiero zaistniała sytuacja skłoniła je do działania i spowodowała zmianę ich postawy z pasywnej na aktywną, z podporządkowanej na liderską.

Słabością wiosek tematycznych, ale paradoksalnie także siłą jest ich labilność. Są one strukturami otwartymi i zmiennymi, w pewnym sensie organicznymi. Mendel [2012, s. 124-125] porównuje wioski tematyczne do układów rizomatycznych, czyli do systemu nadziemnych i podziemnych korzeni roślin typu perz. Wskazuje to na właściwości systemów otwartych, w których ważne są połączenia, a jednocześnie autonomia jednostki i grupy. W każdej chwili ktoś może zacząć podejmować nowe działania, ktoś może się wycofać. Każdy z mieszkańców może od siebie coś zaproponować, stając się podmiotem działania.

Innowacje procesowe

Proces tworzenia wioski tematycznej jest odmienny od procesu tworzenia standardowych przedsięwzięć turystycznych. Jego innowacyjność polega głównie na tym, że na początku tworzone są produkty niskonakładowe w ramach turystyki jednodniowej. Nie ma wysokich nakładów na przygotowanie atrakcji, jak w parkach rozrywki. Atrakcje tworzone są przez wykorzystanie istniejących miejsc i zabudowań na nowy sposób, głównie przez reinterpretację tych miejsc i obiektów, włączenie ich w historię, w opowieść, w grę. Łąka we wsi Dąbrowa pozostaje łąką, jednak przez wprowadzenie na nią gier i zabaw (przy minimalnym użyciu tanich sprzętów) staje się „wesołą łączką”. W tej samej wsi przystosowano do zajęć podwórko razem z pomieszczeniami dla zwierząt i kuchnię. Główny wysiłek skierowany był na posprzątanie, zrobienie wystroju wewnątrz (przeważnie ze sprzętów i materiałów

znalezionych w gospodarstwie lub u sąsiadów), przygotowanie scenariuszy zajęć i właścicieli gospodarstw do ich prowadzenia. Inwestycje materialne były minimalne, ograniczały się do przygotowania interaktywnych makatek edukacyjnych (plansze pokazujące zwierzęta domowe) oraz tabliczek z podstawowymi informacjami o gospodarstwie.

Przygotowanie gospodarstwa do prowadzenia zajęć jest złożonym procesem, nie dzieje się od razu, jest wielokrotnie negocjowane i zależy od wielu czynników. Prace w gospodarstwie nabierały rozpędu dopiero wtedy, gdy właściciele przekonali się, że to się może opłacać. Podobnie z inwestycjami w obiekty i przestrzenie wspólne lub za takie uważane, a będące własnością gminy czy Lasów Państwowych.

Do innowacji procesowych zaliczyć też można proces przygotowania mieszkańców wsi do prowadzenia zajęć w wiosce tematycznej. W minimalnym stopniu odbywa się to przez standardowe szkolenia. Zwykle prowadzone są szkolenia metodą uczenia się w działaniu, w realnych sytuacjach. Początkiem szkolenia są działania ośmielające oraz integrujące, jest to etap rozmrażania, który pozwala się poznać, oderwać od przyzwyczajzeń, inaczej spojrzeć na siebie i otoczenie. Na tym etapie ważne są działania animacyjne. Prowadzone są one w zależności od pory roku w świetlicy wiejskiej, na boisku, w lesie, w parku, w zabudowaniach gospodarskich. Do działań tych włączane są na początku dzieci i młodzież. Zajęcia z nimi prowadzą często osoby, które nie są w pełni profesjonalistami, można je nazwać semi-profesjonalistami. Ktoś, kto niedawno nauczył się czegoś, uczy tego dalej z entuzjazmem, pokazując swoim przykładem, że można osiąść podobne umiejętności. Jeżeli popełnia błędy, to dzięki temu może ośmielić innych do podejmowania prób. Kolejny etap szkolenia to badanie zasobów wsi, odbywa się on często w formie spacerów studyjnych. W badaniach uczestniczą mieszkańcy wsi, to oni są ekspertami, zadaniem moderatora badań jest stawianie pytań, zbieranie odpowiedzi i pomoc w systematyzowaniu zdobytych informacji. Osoba z zewnątrz może przy tym zobaczyć coś, czego nie widać ze zbyt bliskiej perspektywy, może nakierować na odkrywanie wartości w tym co normalne, pospolite, już nieużyteczne. Do tego celu wykorzystywana jest technika mapowania myśli. Z zebranych informacji wynikać powinno, co jest we wsi i dla wsi najbardziej istotne, co może stanowić punkt wyjścia do określenia tematu rozwojowego i nowej opowieści wsi. Po wybraniu tematu następuje etap pogłębiania wiedzy, zbierania informacji, które go dotyczą, uściślają i rozwijają. W tym także pomocne może być tworzenie map myśli.

Kolejny etap pracy to tworzenie pomysłów na zajęcia związane z tematem wsi. Do wybranych pomysłów tworzy się, a następnie testuje scenariusze zajęć. Pierwszymi uczestnikami tych zajęć są uczestnicy szkoleń. Po dopracowaniu scenariusza i przygotowaniu osób do prowadzenia zajęć przychodzi czas na ich testowanie z udziałem osób zaproszonych z zewnątrz. Po kilku takich próbach można przystąpić do sprzedaży oferty. W początkowym etapie sprzedażą ofert zajmuje się zwykle stowarzyszenie działające na wsi lub w okolicy.

Innowacje społeczne

Wśród innowacji społecznych związanych z tworzeniem wiosek tematycznych najważniejsze wydają się te, które dotyczą nowego podejścia do rozwiązywania problemów społecznych. To nowe podejście polega głównie na:

- Orientacji zasobowej w miejsce orientacji problemowej – szukamy mocnych stron, potencjałów, nie koncentrujemy się na problemach.
- Pracy z całą społecznością wsi w miejsce pracy z wybranymi beneficjentami pomocy społecznej.
- Przygotowaniu beneficjentów pomocy społecznej do roli animatorów społecznych i współpracowników Gminnych Ośrodków Pomocy Społecznej (GOPS). Młodzież ze wsi Karwno (wioska fantazji) pomagała tworzyć wioski tematyczne w Żalnie (wioska kwiatów) i Mikorowie (wioska ziół i kwiatów) oraz prowadziła zajęcia z młodzieżą z ośrodków opiekuńczo-wychowawczych. Mieszkańcy wsi Karwno prowadzili zajęcia dla rodzin w kryzysie i innych podopiecznych GOPS.
- Pracy w długim czasie, w miejsce projektów krótkoterminowych.
- Wprowadzaniu mieszkańców wsi do nowej pracy lokującej się w gospodarce doznań i wiedzy [Idziak 2008, s. 21-22].

Przy tworzeniu wiosek tematycznych stosowano też nowe metody aktywizacji społecznej, w tym szczególnie uczenie się w działaniu i uczenie się przez zabawę. Szkolenia miały wymiar praktyczny i odbywały się w środowisku życia ich uczestników. Gry i zabawy stosowane podczas szkoleń były następnie wykorzystywane jako elementy ofert wiosek tematycznych.

Na przykładzie takich wiosek, jak Karwno oraz Mikorowo i działania GOPS Czarna Dąbrówka można stwierdzić, że udało się także stworzyć nowy model funkcjonowania Gminnego Ośrodka Pomocy Społecznej⁹ [Bielski 2011, s. 38-49; Wójcik 2014, s. 211 - 240].

Tworzenie wiosek tematycznych stało się także okazją do stosowania nowych metod i sposobów wzmacniania wspólnotowości, nowych form organizacji czasu wolnego i działalności kulturalnej oraz edukacyjnej. Można to pokazać na przykładzie wsi Pożrzadło Wielkie (wioska kolorowego szkła). Działania w tej wiosce rozpoczęły się w 2013 r. Jej specjalizacja tematyczna dotyczy szkła. Na początku 2015 r. w tej wsi ok. 25 osób zajmowało się różnymi formami artystycznej obróbki szkła. Zajęcia z tym związane odbywają się trzy razy w tygodniu, udało się do nich namówić także mężczyzn. Mieszkańcy zdobią swoje domy i przestrzeń wsi ozdobami ze szkła. We wsi odbywają się zajęcia dla grup zainteresowanych szkłem. Mieszkańcy Pożrzadła prowadzą także zajęcia w okolicznych szkołach i ośrodkach wypoczynkowych. Na tym przykładzie zaobserwować można połączenie oferty dla osób z zewnątrz z działaniami na rzecz wsi, połączenie oferty zarobkowej z działaniami społecznymi. Podobnie

⁹ Projekt tworzenia wioski tematycznej Karwno został nagrodzony w konkursie „Dobre praktyki EFS 2013” http://www.mir.gov.pl/aktualnosci/fundusze_europejskie/Strony/Najlepsze_inwestycje_w_czlowieka_3032014.aspx.

funkcjonuje wieś Mikorowo, gdzie oferta przygotowana dla turystów jest jednocześnie ofertą dla mieszkańców wsi i jej okolicy. Raz w tygodniu do Mikorowa przyjeżdża na zajęcia ok. 30 osób z sąsiedniej wsi Wargowo. Zajęcia dla nich prowadzone są nieodpłatnie. Zajmowanie się czymś szczególnym (szkło, kwiaty i zioła, labirynty, hobby) wpływa na chęć do uczenia się i stymuluje rozwój osobisty.

Wsie, w których wystarcza zapału i chęci, żeby rozwijać specjalizację wyróżniają się pozytywnie na tle innych miejscowości. Konieczność przygotowania się na odwiedzinach turystów mobilizuje do pracy nad ulepszaniem oferty i upiększaniem wsi. Specjalnym rodzajem turystów są uczestnicy wyjazdów studyjnych. Spotkania z nimi służą pogłębionej refleksji nad dotychczasowymi działaniami i możliwościami wprowadzania nowych rozwiązań.

3. Potencjał innowacyjny wiosek tematycznych

Z badań dotyczących jakości i ilości innowacyjnych produktów turystycznych wiosek tematycznych wynika, że w tej dziedzinie istnieją jeszcze duże rezerwy. Dotyczy to szczególnie bardziej twórczego wykorzystania wartości symbolicznych i metaforycznych tematu specjalizacji. Dobry temat specjalizacji jest ważnym zasobem, który może być wielokierunkowo rozwijany. Możliwości tworzenia kolejnych innowacji wynikających ze specjalizacji tematycznej wsi dotyczą zarówno innowacji biznesowych, jak i społecznych. W przypadku innowacji biznesowych pokazuje się wyraźna potrzeba tworzenia ofert dla osób dorosłych, w tym turystów indywidualnych oraz turystów w małych grupach. Konieczne jest też przechodzenie do bardziej specjalistycznych usług związanych z tematem wsi. Przykładem możliwości świadczenia takich usług są warsztaty zielarskie prowadzone w Mikorowie. Ten kierunek rozwoju wioski tematycznej może prowadzić do utworzenia na jej bazie centrum kompetencji wokół wybranego tematu. Przykładem może być wioska kowalska Ybbsitz z Austrii funkcjonująca jako Centrum Kompetencji Obróbki Metalu¹⁰. Powstanie centrum kompetencji przez szkolenia, konferencje, wydawnictwa, kontakty z uczelniami, praktyki studenckie i wynalazki, sprzyja zaistnieniu wsi w gospodarce wiedzy.

Inne pole innowacji biznesowych to szersze wykorzystywanie technologii informatycznych zarówno w obszarze produktów, jak i logistyki oraz zarządzania. Do odkrycia są też nowe formy prowadzenia zajęć z wykorzystaniem przestrzeni wsi i gospodarstw. Przykładem takich poszukiwań mogą być warsztaty „Ćwiczenia z wyobraźni”, które odbyły się w grudniu 2014 r. w Lanckoronie¹¹.

Część wiosek tematycznych ma w swojej ofercie zajęcia edukacyjne. Jest to także obszar wymagający innowacji w zakresie metod i form prowadzenia zajęć poza

¹⁰ Por. <http://www.ybbsitz.at/wDeutsch/Schmiedezentrum/Metallkurszentrum/Metallkurszentrum.shtml?navid=106>.

¹¹ Por. <http://www.sppkrakow.pl/cwiczenia-z-wyobrazni-warsztaty-w-lanckoronie/>.

szkołą. Miejscem edukacji może być cała przestrzeń wsi. Można w niej realizować elementy podstawy programowej oraz rozwijać kompetencje kluczowe. We wsi można uczyć języków obcych, matematyki, literatury, historii, biologii i innych przedmiotów. Świadczy o tym m.in. rosnąca popularność zagród edukacyjnych¹².

Określenie tematu wsi stwarza okazje do poszerzania wiedzy i zdobywania nowych umiejętności przez jej mieszkańców. Łatwiej i chętniej uczą się osoby uczące innych, mające zaufanie do swoich kompetencji i okazje do ich weryfikacji. Mieszkańcy Mikorowa prowadzący zajęcia z zielarstwa, czy mieszkańcy Pożrzadła prowadzący zajęcia z obróbki szkła są zmotywowani nie tylko do poszerzania wiedzy na temat swych dziedzin, ale także w dziedzinach pokrewnych. Uczeniu się sprzyja także bycie docenianym i chwalonym.

Wydaje się również, że ciągle otwarte jest pole do tworzenia innowacji społecznych w powiązaniu ze specjalizacją wsi. Innowacje te mogą dotyczyć np. palącego problemu wykluczenia społecznego. W istniejących wioskach tematycznych znaleźć można wiele przykładów pozytywnego wpływu tematyzacji i działań z nią związanych na inkluzję społeczną [*Fantazja z Papugą*, s. 135–137]. W związku z tym model wioski tematycznej jest coraz częściej wykorzystywany do rozwiązywania problemów społecznych na obszarach o mniejszych szansach rozwojowych. Przykład wiosek tematycznych jest też inspiracją dla miast, np. w Lublinie, w ramach budżetu obywatelskiego, realizowany jest projekt utworzenia podwórek tematycznych¹³.

Wioski tematyczne posiadające ofertę turystyczną są przykładem turystyki bazującej na społeczności lokalnej. Pożytki z tego tytułu mogą być zwielokrotnione przez wydłużanie łańcuchów korzyści. Wymaga to w głównej mierze wyobraźni i twórczej pracy nad interpretacją tematu wsi.

Zakończenie

Dzięki tematyzacji lepiej się wykorzystuje lokalne kapitały, bo eksploatacja zasobów wsi jednocześnie je wzmacnia i rozwija. Tworzenie wiosek tematycznych jest polem do nowych rozwiązań, ponieważ wioski te powstają przeważnie na obszarach o słabszej pozycji ekonomicznej i siłą rzeczy wykorzystuje się w nich możliwości tworzenia niskonakładowych produktów turystycznych. Nakłady finansowe muszą być więc rekompensowane innymi rodzajami kapitałów oraz innowacjami. Są to zarówno innowacje natury biznesowej, jak i społecznej. Najwięcej jest innowacji produktowych i procesowych. Cechą charakterystyczną innowacji występujących w wioskach tematycznych jest ich wieloaspektowość, w tym szczególnie łączenie innowacji biz-

¹² <http://www.zagrodaedukacyjna.pl/>.

¹³ Por. <https://obywatelski.lublin.eu/274-m-250-podworka-na-temat-czyli-czarujemy-przestrzen-dzielnicy-dziesiata>.

nesowych i społecznych. Wynika to w głównej mierze z tego, że wioski tematyczne nie są *sensu stricte* przedsięwzięciami turystycznymi, turystyka jest jedną z form ich funkcjonowania. Można ją też określić jako turystykę społeczną. Oprócz tego, że jest ona organizowana i zarządzana przez społeczność lokalną, to jeszcze jej oferta jest przeważnie dostępna bezpłatnie dla mieszkańców wsi.

Na podstawie powyższych rozważań można wykazać, że tematyzacja jest procesem złożonym obejmującym etapy od planowania do wdrożenia, jest narzędziem ułatwiającym, a nawet umożliwiającym:

- Tworzenie atraktorów. Według teorii złożoności zmiany łatwiej mogą zaistnieć dzięki tworzeniu nowych, innowacyjnych stanów równowagi – atraktorów, niż przez zmaganie się z zastanymi problemami [Praszkier 2011, s. 81]. Metaforycznie atraktory można przyrównać do nowych pastwisk, światełka w ciemności, do czegoś, co ma świeżą siłę przyciągania. Atraktory niosą ze sobą nowe wizje, nowe opowieści i nowe odniesienia dla identyfikacji osobniczej i zbiorowej, dają poczucie niezwykłości, wyróżnialności. Inaczej mówiąc ze wspólnie odkrytego, wybranego tematu specjalizacji wsi bierze się nowa energia „Nie jestem już dziewczyną z lasu, tylko z wioski hobbitów”.
- Tworzenie inspiracji. Dobry temat rozwojowy wsi ma w sobie moc otwierania na nowe możliwości, odnosi lokalne zasoby przez ich interpretację do skali globalnej. Inspiracje pomagają w szukaniu pomysłów i w planowaniu. Wybranie tematu, np. zioła i kwiaty inspiruje do zajmowania się ziołami i kwiatami na wiele różnorodnych sposobów, zachęca do wychodzenia poza zwykłe, tradycyjne zajęcia i sposoby zarabiania dotyczące kwiatów i ziół.
- Koncentrację na określonych kierunkach działania. Z tematu rodzą się kierunki działań, jego wybór pozwala uściślić plany i zamierzenia. Koncentracja pozwala również na lepsze wykorzystanie zasobów i optymalizację ich używania.

Tworzenie wioski tematycznej to w dużej mierze działanie o charakterze artystycznym. Artyzm jest potrzebny szczególnie wtedy, gdy szuka się rozgałęzień i połączeń tematu wsi z innymi dziedzinami. Daje odwagę szukania i odkrywania niecodziennych połączeń, cechujących się oryginalnością i potencjałem nowych znaczeń. Często połączenia występują na poziomie metaforycznym. Ich odnalezienie wymaga oderwania się od konkretności i dosłowności. Pomaga w tym coś, co Władysław Hasiór nazwał osobistym kapitałem poezji, bo poezja ma moc nazywania i stwarzania bytów, kreowania „czegoś z niczego”. Dopiero oderwanie się od konkretności, od oczywistości, pozwala zrobić coś nowego i chociaż niematerialnego, to przecież konkretnego. Poezja stymuluje układanie myśli, tworzenie nowych obrazów myślowych i wrywanie się z utartych kolein. Poezja działa też na emocje. Dzięki uruchomieniu emocji, pobudzeniu woli i marzeń można osiągnąć więcej, niż posługując się tylko trzeźwym umysłem.

Literatura

- Bielski P., 2011, *Karwno – w stronę wsi uczącej się*. „Zrównoważony Rozwój — Zastosowania”, nr 2, s. 38 – 49.
- Bielski P., Idziak W., 2011, *Imaging and Implementing Social Innovations with Limited Technology: Cases of Thematic Villages in Poland*, [w:] *Social Innovation and Sustainable Rural Development*, R. Evans (red.). Euracademy Association, Athens, s. 15–18.
- Bryman A., 2004, *The Disneyization of Society*. Sage, London.
- Chang T. C., 2000, *Theming Cities, Taming Places: Insights from Singapore*. „Geografiska Annaler, Series B, Human Geography”, t. 82, Wyd. 1, s. 35–54.
- Czapiewska G., 2012, *Wioski tematyczne sposobem na aktywizację gospodarczą i społeczną regionu*. „Studia i Materiały. Miscellanea Oeconomicae”, Rok 16, nr 1, Wydział Zarządzania i Administracji Uniwersytetu Jana Kochanowskiego w Kielcach, s. 109–123.
- Fantazja z Papugą*, (b.r.), *Aktywne Społeczności. Zmiana Społeczna. Katalog Praktyk*, Tom II, Wyd. Stowarzyszenie CAL, Warszawa, <http://www.osl.org.pl/fantazja-z-papuga/>, s. 135–137.
- Fenrych P., 2014, *Europejska Akademia Soltysa. Przedsięwzięcia 2013-2014*, [w:] *Europejska Akademia Soltysa. Wspomaganie wiejskich liderów*, P. Fenrych (red.). Wyd. FRDL, Szczecin, s. 73–96.
- Gazikowa O., Fenrych P., (red.), 2014, *Pobacziti sjeło po nowomu*. Wyd. FRDL, Szczecin.
- Głuszak B., (red.), 2012, *Tam, gdzie miejsca mają duszę. Model tworzenia miejscowości tematycznych*. Wyd. ESWIP, Elbląg.
- Gottdiener M., 2001, *The Theming of America: Dreams, Media Fantasies, and Themed Environments*. Westview Press, Boulder.
- Hajduk J., Piekarska-Duraj Ł., Idziak P., Waciega S., 2013, *Lokalne Muzeum w globalnym świecie*. Wyd. MIK, Kraków.
- Hanningan J., 1998, *Fantasy City. Pleasure and Profit in the Postmodern Metropolis*. Routledge, London.
- Idziak W., 2008, *Wymyślić wieś od nowa*. Wyd. Alta Press, Koszalin.
- Idziak W., 2009, *Specjalizacja tematyczna wsi i turystyka*, [w:] *Kultura i turystyka – razem, ale jak?* A. Stasiak (red.). Wyd. WSTH, Łódź, s. 127–138.
- Idziak W., 2011, *Turystyka społeczna – nowe znaczenia i możliwości*, [w:] *Perspektywy i kierunki rozwoju turystyki społecznej w Polsce*, A. Stasiak (red.). Wyd. WSTH, Łódź, s. 51–62.
- Idziak W., 2014, *Ideje dla silskiego przedsiębiorstwa*, [w:] *Pobacziti sjeło po nowomu*, O. Gazikowa, P. Fenrych (red.). Kijów, s. 11–24.
- Idziak W., 2014, *Tematyczni sjeła jak prostir realizacji innowacyjnych idei*, [w:] *Pobacziti sjeło po nowomu, op. cit.*, s. 25–38.
- Idziak W., 2014a, *Współczesna polska wieś, jako przestrzeń aktywności społecznej*, [w:] *Europejska Akademia Soltysa. Wspomaganie wiejskich liderów*, P. Fenrych (red.). Wyd. FRDL, Szczecin, s. 7–24.
- Kłoczko-Gajewska A., 2013, *General Characteristics of Thematic Villages in Poland*. “Visegrad Journal on Bioeconomy and Sustainable Development”, nr 2, s. 60–63.
- Kłoczko-Gajewska A., 2014, *Can We Treat Thematic Villages as Social Innovations?*, „Journal of Central European Green Innovation”, nr 2 (3), 49–59.
- Krzyżanowska K., 2013, *Innowacyjność w turystyce wiejskiej – teoria i praktyka*, [w:] *Innowacje w rozwoju turystyki*, K. Nuszkievicz, M. Roman (red.). Wyd. Zespołu Szkół

- Centrum Kształcenia Rolniczego im. Jadwigi Dziubińskiej w Gołądkowie, Gołądkowo, s. 9–18.
- Lego C., K., Wood N. T., Solomon M., R., McFee S., 2002, *A Thirst for the Real Thing in Themed Retail Environments: Consumer Authenticity in Irish Pubs.*, „The Journal of Foodservice Business Research”, nr 5 (2), s. 61–74.
- Mendel M., 2012, *O sensie i bezsensie miejscowości tematycznych*, [w:] *Tam, gdzie miejsca... op. cit.*, s. 120–126.
- Murray R., Caulier-Grice J., Mulgan G., 2010, *The Open Book of Social Innovation*. The Young Foundation and Nesta, London.
- Paradis T., W., 2004, *Theming, Tourism, and Fantasy City*, [w:] *A Companion to Tourism*, A. A. Lew, C. M. Hall, A. M. Williams (red.). Blackwell Publishing, s. 195–209.
- Pine B. J., Gilmore J., 2011, *Experience Economy*. Harvard Business School Publ., Boston.
- Podręcznik Oslo. *Zasady gromadzenia i interpretacji danych dotyczących innowacji*, OECD/EC/Eurostat, <http://www.uwm.edu.pl/ciitt/wp-content/uploads/2013/10/Podrecznik-OSLO-MANUAL1.pdf>
- Praszkier R., 2011, *Czy Polska może być liderem innowacyjności społecznej?*, [w:] *Jakich metakompetencji potrzebują Polacy? Przesłania Forum Kompetencji VI Kongresu Obywatelskiego*, J. Szomburg (red.). Wyd. Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową, Gdańsk, s. 79–83.
- Praszkier R., Nowak A., 2012, *Przedsiębiorczość społeczna. Teoria i praktyka*. Wyd. Wolters Kluwer Polska, Warszawa.
- Stringer E., 1996, *Action Research. A Handbook for Practitioners*. Sage Publications, Thousand Oakes – London – New Delhi.
- Thieme M., Birkigt K., 2006, *Dorfentwicklung mit wirtschaftlichen Leitbildern zur Erhöhung der lokalen Wertschöpfung (Themendörfer)*. „Infodienst der Sächsischen Landesanstalt für Landwirtschaft”, nr 03, s. 15–21.
- Waciega S., 2011, *Przedsiębiorczość obywatelska w działalności wioski tematycznej*. „Folia Pomeranae Universitatis Technologiae Stetinensis. Oeconomica”, nr 288 (64), s. 81–90.
- Wong K. F., Cheung P. W. Y., 1995, *Strategic Theming in Theme Park Marketing*. „Journal of Vacation Marketing”, nr 10, s. 319–332.
- Wójcik Sz., 2014, *Karwno – wioska tematyczna jako sposób organizacji społeczności wiejskiej*, [w:] *Praca środowiskowa – tradycja i teraźniejszość. Dobre praktyki*, M. Rymśa (red.). Wyd. Instytut Spraw Publicznych, Warszawa, s. 211–239.