



The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library

This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.

Help ensure our sustainability.

Give to AgEcon Search

AgEcon Search

<http://ageconsearch.umn.edu>

aesearch@umn.edu

*Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.*

No endorsement of AgEcon Search or its fundraising activities by the author(s) of the following work or their employer(s) is intended or implied.

OLGA RODAK¹
JULIA SZAWIEL²

„KULTURA JEST BABĄ”. WIZJA ANIMACJI KULTURY NA WSI W DZIAŁANIACH STOWARZYSZENIA FOLKOWISKO

Niniejszy artykuł jest poświęcony przedstawieniu działalności Stowarzyszenia Folkowisko oraz omówieniu reprezentowanej przez Stowarzyszenie filozofii działań animacyjnych i kulturotwórczych oraz strategii wpływania na kształt debaty publicznej na temat współczesnej wsi. Szczególną uwagę poświęcamy wydarzeniom realizowanym w ramach kampanii społecznej „Kultura jest Babą”³, która patronowała dorocznemu Festiwalowi Animacji Kultury Pogranicza „Folkowisko”. W jej ramach Stowarzyszenie zajęło się tematyką kobiecą w kontekście wiejskim, posługując się różnorodnymi formułami, m.in. eksperymentując z konwencją debaty. Opisujemy, w jaki sposób charakter działań w ramach tej kampanii wynika z realizowanych przez Stowarzyszenie idei ahierarchicznego podejścia do wytworów kultury i jaki wkład wnoszą te działania do animacji kultury. Wskazujemy cele i założenia kampanii, opisujemy jej przebieg i efekty, z uwzględnieniem osiągniętych w jej ramach sukcesów, a także trudności i problemów, które zarysowały nam się jako obszary dalszych poszukiwań. Wydarzenia te relacjonujemy i poddajemy analizie z perspektywy ich początkowo biernych uczestniczek, które w pewnym momencie znalazły się „za kulisami” Stowarzyszenia, by współtworzyć jego działania nie tylko w ramach kampanii „Kultura jest Babą”.

Stowarzyszenie Folkowisko oficjalnie istnieje od 2013 roku, jednak już cztery lata wcześniej zaczęło funkcjonować jako nieformalna grupa rodziny i przyjaciół skupiona

¹ Akademia Leona Koźmińskiego, Katedra Zarządzania Międzynarodowego; Stowarzyszenie Folkowisko (e-mail: orodak@kozminski.edu.pl).

² Uniwersytet Warszawski, Kolegium MISH; Stowarzyszenie Folkowisko (e-mail: julia.szawiel@student.uw.edu.pl).

³ Kampania realizowana ze środków EEA Grants, Fundacji Batorego i Polskiej Fundacji Dzieci i Młodzieży.

wokół Mariny i Marcina Piotrowskich. Wpisuje się ono w nurt organizacji kulturowych nastawionych na problematykę wiejską i działających na wsi. Jest organizacją o strukturze ponadlokalnej, lecz zarazem silnie zakorzenioną w rzeczywistości miejsca, w którym funkcjonuje. Stowarzyszenie priorytetowo traktuje bowiem przyjazne relacje i wspólne działanie z mieszkańcami wsi Gorajec, położonej w województwie podkarpackim, w powiecie lubaczowskim, gdzie w budynku dawnej szkoły mieści się jego siedziba. Idea dobrego sąsiedztwa przekłada się na sposób prowadzenia działalności kulturalnej, skupionej wokół organizowania letniego festiwalu i kilku pomniejszych imprez w ciągu roku, które tworzą zarówno członkowie Stowarzyszenia pochodzący z okolic Gorajca lub z odległych zakątków kraju, jak i mieszkańcy Gorajca oraz okolicznych miejscowości.

Motywacją działań Stowarzyszenia jest chęć afirmowania i promowania kultury wiejskiej, rozumianej jako materialne i niematerialne dziedzictwo kultury polskiej⁴ i przedstawiania jej jako równoprawnej, pełnowartościowej tkanki kulturowej, „odczarowania” jej negatywnego stereotypu, twórczego czerpania i przetwarzania jej zasobów. Postawa ta przywodzi na myśl rodzaj wrażliwości antropologicznej obecnej w działalności badawczej Tomasza Rakowskiego, który wypowiada się przeciw dyskursywnej dyskredytacji tego, co wiejskie. Wskazuje on, że przedstawianie życia na wsi jako niepełnego i monotonnego, w opozycji do jedyne go właściwego, czyli miejskiego modelu, już na wstępie *odmawia tym społecznościom zdolności do własnego, wartościowego sposobu działania (...)* [2013, s. 6–10]. Kwestionując ten wartościujący podział, Stowarzyszenie zestawia w swoich działaniach miejskie i wiejskie formy kulturowe; chętnie czerpie z tego, co archaiczne, ale nie ucieka też od tego, co nowe, czy nawet „obciachowe”. Kultura „wysoka” spotyka się tu z konwencją festynu: koncerty punkowych zespołów towarzyszą warsztatom kołysanek, wspólne lepienie pierogów i warsztaty zbierania ziół przeplatają się ze spotkaniami autorskimi i eksperckimi debatami. „Czuję się jak w domu, na takim wiejskim weselu trwającym trzy dni”⁵ – mówiła w wywiadzie ewaluacyjnym jedna z uczestniczek festiwalu. Inna osoba stwierdziła, że w trakcie festiwalu przekroczona zostaje bariera pomiędzy uczestnikami i artystami. Tego typu podejście dowartościowuje to, co wiejskie, a zarazem pomaga rozbijać dualistyczne myślenie, w którym wiejskie jest przeciwstawiane temu, co miejskie, uwidaczniając pewną złożoność i niejednoznaczność naszych tożsamości⁶.

Według tej logiki ahierarchiczności form kulturowych realizowano również działania w ramach kampanii społecznej „Kultura jest Babą”, przypadające na okres od

⁴ Por. [Kirschenblatt-Gimblett 2011].

⁵ Ten i kolejne cytaty pochodzą z raportu ewaluacyjnego autorstwa Agnieszki Dudy-Jastrzębskiej i Marty Nazaruk-Napory, za którego udostępnienie dziękujemy.

⁶ Wartości i charakterystykę działania Stowarzyszenia rekonstruujemy na podstawie obserwacji uczestniczącej podczas organizowanych przez nie wydarzeń, obserwacji jego aktywności przede wszystkim w mediach społecznościowych (strony kampanii „Kultura jest Babą” i „Jestem ze Wsi”, Festiwalu „Folkowisko”, Chutoru Gorajec i Stowarzyszenia Folkowisko na Facebooku), jak również na podstawie wielu nieformalnych rozmów, które na przestrzeni ostatnich ośmiu miesięcy odbyłyśmy z osobami zaangażowanymi w jego działalność. W trakcie tych rozmów niejednokrotnie dochodziło do artykułowania wartości realizowanych do tej pory przede wszystkim poprzez działanie.

marca do sierpnia 2014 roku. Kampania poprzedzała Festiwal „Folkowisko”, który w 2014 roku odbywał się pod tym samym hasłem. Do celów kampanii należało:

- przekazanie opinii publicznej pozytywnego wizerunku kobiet wiejskich i ich dokonań kulturalnych i społecznych,
- podniesienie znajomości tematyki związanej z kobietą perspektywą historii, rolą kobiet w tworzeniu kultury i kapitału społecznego,
- „wzmocnienie kompetencji i wiedzy pozwalających na aktywne działanie społeczne 12 kobiet, mieszanek gminy Cieszanów, oraz
- umożliwienie wymiany międzypokoleniowej i międzyśrodowiskowej między działaczkami ze wsi i miast oraz między mieszkańcami gminy i gośćmi festiwalu.

Jak mówią organizatorzy akcji⁷, zajęcie się kulturą „babską” było oczywistą konsekwencją poświęcenia wcześniejszego festiwalu kulturze „chłopskiej”⁸. Już ta deklaracja świadczy o dążeniu do odkrywania złożoności życia społecznego oraz dawania głosu różnym grupom w jej ramach.

Podczas trwania kampanii zorganizowano wiele zróżnicowanych działań, których wspólnym mianownikiem były tematyka kobieca oraz próba doprowadzania do spotkania zainteresowanych nią osób, sytuujących się pod względem zamieszkania i poczucia przynależności w różnych miejscach na skali wieś–miasto. W Warszawie i Krakowie zorganizowano debaty z udziałem badaczek, działaczy i artystek, poświęcone odpowiednio „niewidzialnej aktywności kobiet na wsiach i w mniejszych miastach” oraz literaturze tworzonej o kobietach wiejskich i przez kobiety wiejskie. W tych miastach odbyły się też projekcje filmów: *Jugów – pamięć i zapomnienie* oraz *Żywocy przy granicy. Babski godki z obu stron Olzy*, zrealizowanych w trakcie badań terenowych na Dolnym Śląsku i prezentujących perspektywę kobietą w pisaniu historii przesiedleń. Ogłoszono również konkurs fotograficzny poświęcony figurze kobiety wiejskiej. Kampania była też realizowana w mediach społecznościowych poprzez *fanpage* na Facebooku „Kultura jest Babą”.

Z kolei w Gorajcu odbyły się warsztaty *Weźmy sprawy w swoje ręce* dla 12 mieszanek gminy Cieszanów, których celem było „wzmocnienie kompetencji i wiedzy pozwalających [im] na aktywne działanie społeczne”. Namacalnym efektem tego projektu były warsztaty kołysanek, poprowadzone przez panie dla uczestników Festiwalu „Folkowisko”. Kulminacyjnym punktem całej kampanii, a zarazem najbardziej eksperymentalnym jej przedsięwzięciem, była debata podczas Festiwalu „Folkowisko”, w której wzięły udział działaczki społeczne i kulturalne z okolic Gorajca, jak również panie uczestniczące we wspomnianym wcześniej warsztacie. W pewnym sensie planem kampanii i rozwojem wypadków rządziła logika sieci: osoby zaangażowane w działalność Stowarzyszenia organizowały działania i wydarzenia

⁷ Koordynatorką projektu była Iwona Domaszczyńska. Zespół współpracujący: Maciej Piotrowski, Marcin Piotrowski, Joanna Leńczuk, Ola Bugajska, Malwina Żyła, Natalia Jastrzębska, Katarzyna Bis.

⁸ W 2013 roku Festiwal odbył się pod hasłem „Jestem ze Wsi”. Towarzyszyła mu głośna kampania medialna pod tym samym tytułem. Jej celem było zwrócenie uwagi na w dużej mierze chłopską genezę współczesnego polskiego społeczeństwa, jak również na pejoratywne wartościowanie w dyskursie publicznym tego, co chłopskie i wiejskie. Por. <https://www.facebook.com/profile.php?id=382828165160634>.

w miejscach, które w danym momencie (przynajmniej częściowo) stanowią ich miejsca lokalne. Porządek kampanii, chcąc nie chcąc, odzwierciedlał w jakiś sposób nomadyczny tryb życia młodego pokolenia, naznaczony jednak pragnieniem zakorzenienia, a także niejasny podział na miasto i wieś oraz hybrydyczność współczesnych tożsamości⁹.

Osoby, które wzięły udział w ankiecie i wywiadach ewaluacyjnych, podkreślały, że największymi wartościami kampanii były: zakorzenienie w miejscu, „niemiejsko-centryczna” perspektywa, oddanie głosu kobietom oraz umożliwienie wymiany międzypokoleniowej i międzysrodowiskowej. Działania określano mianem „autentycznych”, bo wielu ich inicjatorów i inicjatorek wywodzi się ze wsi, a do udziału w nich zaproszono również mieszkanki wsi. Dostrzeżono obecność mieszkańców Gorajca i okolic w charakterze prowadzących warsztaty, uczestniczek debaty oraz wytwórczyn pysznej żywności.

Bardzo mi się podoba, że akcent jest przeniesiony na wsie i małe miasta, że to nie jest takie metro-normatywne (...), że ta perspektywa się zmienia na problemy i sytuacje wsi i małych miast. (...) i to wartość, że się to robi w tym miejscu i z tymi osobami, których to dotyczy, czyli, że one mają własny głos.

Z drugiej strony, zwracano też uwagę na pewne niedociągnięcia i słabości kampanii, przede wszystkim na jej zbyt wielowątkowość i wychodzenie w dyskusjach od pewnych abstrakcyjnych stwierdzeń ustalonych przez ekspertów, co sprawiało, że w niektórych momentach stawały się zbyt ogólne i jałowe. Kolejne uwagi określiłybyśmy jako „skutki uboczne” prób przekraczania utartych konwencji językowych. Wielu osobom, zwłaszcza kobietom, użycie słowa „baba” wydało się niedelikatne i powielające stereotypowe myślenia o kobietach, podczas gdy wydaje się, że intencją twórców i twórczyń kampanii była raczej chęć „odczarowania” związanych z nim negatywnych konotacji czy nawet dowartościowanie reprezentowanych przez nie skojarzeń z kobiecością. Ponadto mówienie o kobietach wiejskich i ich problemach niosło ze sobą zagrożenie wprowadzania sztucznych podziałów na kobiety i mężczyzn oraz wieś i miasto, a także ich antagonizowanie.

Jak starałyśmy się wykazać, założenie o przekraczaniu granic i ahierarchiczności form kulturowych oraz potrzeba doprowadzenia do spotkania, wyróżniają działania w kampanii „Kultura jest Babą”, jak również aktywność Stowarzyszenia Folkowisko w ogóle. I chociaż eksperymenty te nie obyły się bez trudności i potknięć, to wydaje się, że same próby rozbicia pewnych utartych formuł oraz zderzenia ze sobą różnych perspektyw przyniosły wiele ciekawych i ważnych spostrzeżeń, nie tylko z punktu widzenia dalszej działalności Stowarzyszenia, lecz także dla animacji kultury w ogóle. Po pierwsze, w pewnym sensie potwierdziła się teza stawiana przez Stowarzyszenie Folkowisko o kluczowej roli kobiet w tworzeniu kultury na obszarach wiejskich. Uczestniczki warsztatu i debaty to kobiety w każdym wieku. Niektóre z nich mogą się wylegitymować licznymi osiągnięciami na polu animacji kultury, życia społecznego i twórczości artystycznej, inne, zwłaszcza te w starszym wieku, aktywnie uczestniczą w ofercie kulturalnej lokalnych organizacji kultury oraz same

⁹ W trakcie kampanii odbyła się również seria happeningów „Globalna Baba”, które pomijamy w naszym omówieniu ze względu na to, że w nich nie uczestniczyłyśmy.

współuczestniczą w jej wytwarzaniu. Jak zauważył jeden z anonimowych uczestników ankiety internetowej, *(w) moim pojęciu, to kobiety obecnie są bardziej otrzaskane z kulturą. Są bardziej zainteresowane i wychodzą naprzeciw działaniom animatorów i twórców*. Warto byłoby się zastanowić, z jakich uwarunkowań bierze się ta szczególna skłonność i aktywność współczesnych mieszkanki wsi i małych miasteczek, i w jaki sposób można by ją jeszcze podsycać.

W końcu, chcemy szczególnie zwrócić uwagę na wartość spostrzeżeń i refleksji, jakie można wynieść z uczestnictwa w organizowanych w „folkowiskowej” konwencji debatach. Jest to o tyle ciekawe, że sama formuła debaty zdaje się być *par excellence* akademicka, miejska, a do tego – męska. Za gorajeczkimi dyskusjami stoją idee przywództwa mieszkańców miasta na wieś, jako do miejsca wytwarzania ważnych idei i „prawomocnej” wiedzy, jak również umożliwiania rozmowy osobom, które mogłyby nie mieć na to szansy w innych okolicznościach. Co ważne, udziela im się wszystkim równy głos, pamiętając o tym, że wymaga to nie tylko zgromadzenia tych osób w tym samym miejscu, ale również takiego zakłócenia czy nawet rozbicia konwencji debaty, by inne języki, wrażliwości i doświadczenia mogły w jej trakcie faktycznie wybrzmieć. W praktyce jest to niezwykle trudne, ponieważ konwencja faworyzuje aktorów zsocjalizowanych do sprawnego poruszania się i swobodnego samopoczucia w trakcie takich wydarzeń.

Debatę *Kultura jest Babą. Zaangażowanie kobiet w działalność społeczną i kulturalną na wsi i w mieście* poprowadziła Magdalena Chustecka, trenerka, która prowadziła wcześniej warsztaty z mieszkankami gminy Cieszanów, co sprawiło, że uczestniczki były przygotowane i czuły się bezpiecznie. Oprócz uczestniczek warsztatów w panelu znalazły się Urszula Kopeć-Zaborniak, Aleksandra Rózga, Joanna Szurlej i Zofia Zaborniak, doświadczone działaczki – aktywne w życiu kulturalnym i społecznym w gminie Cieszanów i okolicach. Debata pokazała, że istnieje płaszczyzna wspólnego doświadczenia kobiet z mniejszych miejscowości i większych miast, choć język używany do opisu tych doświadczeń czy nawet kategorie służące do ich interpretacji mogą być bardzo różne. Co więcej, zdecydowanie lepiej rozmawia się, wychodząc od opisu konkretnych doświadczeń i wydarzeń, niż od przytaczania eksperckich ustaleń. W końcu, okazuje się, że dokonanie wyłomu w konwencji wymaga o wiele więcej starań niż tylko zmiana organizacji przestrzennej debaty czy zaproszenie nieoczywistych uczestników. Okazało się, że mężczyźni uczestnicy pochodzący z miasta nie mieli większych trudności ze zdominowaniem rozmowy i z wyrażeniem krytycznego stosunku co do języka, którym posługiwały się kobiety, jak również wobec stawianych przez nie diagnoz. Jak często bywa w dyskusjach poświęconych problematyce kobiecej, w których znajdują wyraz uwagi dotyczące systemowych uwarunkowań pewnych problemów społecznych, tj. przemoc domowa, niektórzy mężczyźni biorący udział w spotkaniu poczuli się zaatakowani osobiście i zaoponowali przeciwko „wrzucaniu wszystkich mężczyzn do jednego worka” (mimo że, co oczywiste, nie było to niczyją intencją). Ta reakcja spowodowała, że panelistki-uczestniczki warsztatów wycofały się z dyskusji, a pewne ważne wypowiedzi nie wybrzmiały w dostatecznym stopniu. Jak jednak później deklarowały panelistki, trudności podczas rozmowy nie były dla nich pretekstem do wycofania się z aktywności, a niezwykle pozytywny odzew na prowadzone przez nie

warsztaty kołysanek przyniósł im wiele satysfakcji i skłonił do dalszej współpracy ze Stowarzyszeniem.

PODSUMOWANIE I WNIOSKI

Celem kampanii „Kultura jest Babą” była promocja kultury tworzonej przez kobiety na wsi i przekazanie ich pozytywnego wizerunku szerszej publiczności. Założenia kampanii wpisują się w ahierarchiczną, opartą na dialogu koncepcję animacji kultury charakterystyczną dla Stowarzyszenia Folkowisko, zgodnie z którą chce ono dostrzec i dowartościować zróżnicowane formy kulturowe na wsi. Realizacji tych postulatów posłużyły warsztaty, szkolenia, i wieńcząca kampanię debata na temat problemów kobiet wiejskich, która połączyła w dyskusji głosy kobiece i męskie, wiejskie i miejskie. Z jednej strony, debata ukazała relatywność takich podziałów, z drugiej zaś dała wybrzmieć różnym głosom, nie zawsze mającym swe miejsce w przestrzeni publicznej. Liczny udział mieszkanek okolicznych miejscowości we wszystkich etapach kampanii i sukces frekwencyjny podczas debaty na festiwalu potwierdziły tezę o dużej aktywności wiejskich kobiet w działalności kulturalnej.

Wartość samej debaty widzimy nie tylko w możliwości uzyskania wzajemnego wglądu w opinie i perspektywy przez uczestniczki i uczestników i w pozytywnym jej odbiorze, który niewątpliwie przyczynił się do umocnienia sąsiedzkich więzi pomiędzy wszystkimi osobami biorącymi udział w dyskusji, ale również w twórczym eksperymencie z formułą debaty, który miał na celu jej „demokratyzację” poprzez zatarcie granic między prowadzącymi, panelistkami i publicznością. Eksperyment ten jest konsekwencją przetransponowania wspomnianej ahierarchicznej wizji kultury na formy animacyjne. Mimo trudności w zapanowaniu nad dyskusją prowadzoną w tej konwencji, wynikających głównie z jej wielowątkowości i tendencji do dominowania przez osoby strukturalnie lepiej przygotowane do wypowiadania się publicznie, uznajemy ten eksperyment za sukces, ponieważ przełamanie miejskiej konwencji zhierarchizowanej debaty z podziałem na role pozwoliło wybrzmieć mniej znanym, słabiej słyszalnym czy też bardziej „kontrowersyjnym” głosom. Zarazem debata pokazała, że stworzenie demokratycznego forum wymiany poglądów jest trudną sztuką, którą Stowarzyszenie zamierza doskonalić, przygotowując wraz ze swymi sąsiadami i sąsiadkami kolejne dyskusje.

BIBLIOGRAFIA

- Kirschenblatt-Gimblett B., 2011: Od etnologii do dziedzictwa. Rola muzeum. *Etnografia Nowa* nr 3.
- Rakowski T., 2013: Etnografia/Animacja/Sztuka. Wprowadzenie. [w:] *Etnografia/Animacja/Sztuka. Nierozpoznane wymiary rozwoju kulturalnego*, T. Rakowski (red.). Wydawnictwo Narodowego Centrum Kultury, Warszawa, s. 8.